

As Estratégias Argumentativas no Discurso Político Eleitoral: o Caso das Eleições Legislativas de 2011

Filipe Samuel Fernandes Fontes

**Dissertação de Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais
(Especialização em Ciência Política)**

Setembro, 2013

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciência Política e Relações Internacionais (Especialização em Ciência Política), realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Marco Lisi e do Professor Doutor Fabrizio Macagno

À Sara,

*Quem arranjar uma mulher virtuosa, é como se tivesse encontrado um
tesouro de alto valor.*

(Bíblia)

As Estratégias Argumentativas no Discurso Político Eleitoral: o Caso das Eleições Legislativas de 2011

Filipe Samuel Fernandes Fontes

RESUMO

Esta dissertação pretende analisar o discurso político eleitoral de Pedro Passos Coelho e de José Sócrates nas eleições legislativas de 2011. Para isso, debruçamo-nos sobre debates televisivos e entrevistas à imprensa mediante o modelo analítico dos esquemas argumentativos. Este é um modelo analítico inovador: foi criado na Filosofia e nunca foi usado na Ciência Política. O nosso objetivo é analisar os argumentos utilizados por Passos Coelho e por Sócrates, e perceber quais são as diferenças e as semelhanças entre as estratégias argumentativas destes dois candidatos. Além disso, almejamos comparar a televisão e a imprensa, para compreender se o uso dos argumentos difere em função do meio de comunicação de massa. Os resultados indicam que Passos Coelho utiliza o argumento baseado no raciocínio prático de forma mais preferencial do que Sócrates, e que o argumento baseado nas consequências negativas e os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo têm um papel relevante nas estratégias argumentativas dos dois líderes partidários. A análise empírica permite-nos ainda concluir que os esquemas argumentativos são usados de forma mais preferencial nas entrevistas à imprensa do que nos debates televisivos. Ao invés, os apelos às emoções são mais relevantes nestes debates. Na nossa opinião, os resultados da nossa dissertação mostram que o modelo analítico dos esquemas argumentativos enfatiza aspetos que normalmente não são abordados nos estudos sobre comunicação política em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: estratégia argumentativa; esquemas argumentativos; discurso político eleitoral; campanha eleitoral; eleições legislativas de 2011; Pedro Passos Coelho; José Sócrates; liderança

The Argumentative Strategies in Electoral Political Discourse: a Study on 2011's Legislative Elections

Filipe Samuel Fernandes Fontes

ABSTRACT

The following dissertation aims to analyze both Pedro Passos Coelho's and José Sócrates' electoral political discourses during 2011 legislative elections. In order to accomplish this we based our research on televised debates and press interviews through the analytical model of argumentation schemes. This is an innovative analytical model: its origins are rooted in Philosophy, and was never applied in Political Science. Our goal is to analyze arguments used by Passos Coelho and Sócrates, and perceive the differences and similarities among the argumentative strategies used by both candidates. Furthermore, we compare both television and press in order to verify if the arguments are specifically tailored for each mass medium. The results suggest that Passos Coelho prefers the argument from practical reasoning more than Sócrates, and that the argument from negative consequences and argumentation schemes from pragmatism have a relevant role in the argumentative strategies of both party leaders. Moreover, the empirical analysis allows us to conclude that argumentation schemes are more pervasive in press interviews than in televised debates. The emotional appeal is more visible in this last scenario. In our opinion, the results of this dissertation show that the analytical model of argumentation schemes emphasizes aspects that are normally not considered in political communication studies in Portugal.

KEYWORDS: argumentative strategy; argumentation schemes; electoral political discourse; electoral campaign; legislative elections of 2011; Pedro Passos Coelho; José Sócrates; leadership

ÍNDICE

Capítulo I: Problematização	1
I. 1. Apresentação do Estudo.....	1
I. 2. Relevância do Estudo.....	1
I. 3. Objetivos	3
I. 4. Expetativas	5
Capítulo II: Estado da Arte.....	7
II. 1. Comunicação Política.....	7
II. 2. Discurso Político Eleitoral.....	9
II. 3. Campanhas Eleitorais	11
II. 4. Personalização Política	14
II. 5. Influência dos <i>Media</i>	17
Capítulo III: Estudo de Caso	20
III. 1. Discurso Político Eleitoral de PSD e PS.....	20
III. 2. Campanhas Eleitorais em Portugal.....	21
III. 3. Eleições Legislativas em Portugal	24
III. 4. Bipartidarização em Portugal.....	27
III. 5. Eleições Legislativas de 2011	30
III. 6. Fontes.....	33
Capítulo IV: Modelo Analítico	36
IV. 1. Adequabilidade dos Esquemas Argumentativos.....	37
IV. 2. Avaliação dos Argumentos Anuláveis	40
IV. 3. Esquemas Argumentativos, Apelos às Emoções e Categorias de Esquemas Argumentativos.....	43
IV. 4. Tradução dos Esquemas Argumentativos	49

IV. 5. Hipóteses	58
Capítulo V: Análise Empírica	61
V. 1. Debate entre Passos Coelho e José Sócrates.....	63
V. 2. Outros Debates de Passos Coelho.....	88
V. 3. Outros Debates de José Sócrates.....	91
V. 4. Entrevistas.....	94
Capítulo VI: Resultados.....	97
VI. 1. Argumentação de Passos Coelho e de José Sócrates	99
VI. 2. Argumentação de Passos Coelho e de José Sócrates nos Debates.....	101
VI. 3. Estratégia Argumentativa de Passos Coelho e José Sócrates	103
VI. 4. Estratégia Argumentativa de Passos Coelho.....	105
VI. 5. Estratégia Argumentativa de José Sócrates.....	107
VI. 6. Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de José Sócrates nas Entrevistas	108
VI. 7. Interpretação dos Resultados	110
Capítulo VII: Conclusão.....	113
VII. 1. Considerações Finais	113
VII. 2. Principal Contributo do Estudo	115
VII. 3. Limitações do Estudo	116
VII. 4. Linhas Futuras de Investigação	117
Bibliografia	119
Webgrafia.....	125
Lista de Quadros	127

CAPÍTULO I

PROBLEMATIZAÇÃO

Apresentação do Estudo

O título da presente dissertação é: “As Estratégias Argumentativas no Discurso Político Eleitoral: o Caso das Eleições Legislativas de 2011”.

A pergunta, de caráter mais geral, à qual gostávamos de responder era: Quais são as estratégias argumentativas utilizadas pelos líderes partidários nas campanhas eleitorais? No entanto, é necessário reduzir a amplitude da investigação. Por isso, importa desenvolvermos uma pergunta mais específica: Quais são as estratégias argumentativas utilizadas por Pedro Passos Coelho e por José Sócrates na campanha eleitoral para as eleições legislativas de 2011? Numa perspetiva ainda mais específica, devemos perguntar: Passos Coelho e José Sócrates utilizam estratégias argumentativas diferentes em função do meio de comunicação de massa?

Importa referir, desde já, a interdisciplinaridade do presente trabalho. Este insere-se, primordialmente, na Ciência Política, devido ao seu objeto de estudo. No entanto, ele pode inserir-se também na Filosofia, por causa do modelo analítico que é utilizado, e nas Ciências da Comunicação, pois nele são exploradas as diferenças entre os dois meios de comunicação de massa considerados – televisão e imprensa.

Relevância do Estudo

A presente dissertação explora a comunicação política em Portugal, área de investigação que, até à presente data, está pouco desenvolvida. Além de existirem poucos estudos nesta área, os que existem usam metodologias diferentes daquela que seguimos neste trabalho. Desta forma, a nossa dissertação permite-nos enfatizar aspetos que normalmente não são enfatizados nos estudos sobre comunicação política em Portugal, a saber: as estruturas de raciocínio seguidas pelos argumentadores – através dos esquemas argumentativos e das categorias de esquemas argumentativos – e os objetivos imediatos que estes tentam alcançar com alguns argumentos – mediante os apelos às emoções.

A relevância da nossa tese prende-se, ainda, com o contributo que a mesma dá para a compreensão das eleições legislativas de 2011. O conhecimento sobre estas ainda é reduzido, devido à proximidade temporal e consequente reduzida quantidade de trabalhos sobre as mesmas. Neste âmbito, a nossa dissertação apresenta-se como relevante, pois explora a oportunidade de abordar as eleições legislativas mais recentes em Portugal.

Mais especificamente, a nossa opção pela campanha eleitoral permite-nos contribuir para a explicação dos resultados eleitorais dessas legislativas. Em Portugal, as opções de voto são influenciadas por fatores de curto-prazo¹ (Lobo, Magalhães e Freire 2004), pelo que o estudo das campanhas eleitorais é relevante na análise dos resultados eleitorais. Lobo (2009a:32) realça o peso das campanhas eleitorais quando afirma que “Sabemos que uma percentagem importante do eleitorado decide nas últimas duas semanas se deve ir votar ou não, e em que partido votar”.

No entanto, não devemos esquecer que o estudo das campanhas eleitorais tem um valor próprio, que não está limitado ao contributo que ele presta na explicação dos resultados eleitorais. Espírito Santo (2008) afirma que estudar as campanhas eleitorais é essencial para se entender o conteúdo e a forma da apresentação dos partidos e respectivos líderes aos eleitores. Esta perspetiva revela que a nossa dissertação, ao abordar os argumentos com que os líderes partidários se apresentam aos eleitores, contribui para um conhecimento mais completo sobre as campanhas eleitorais.

A análise do discurso político eleitoral possibilita a compreensão das ideias e dos projectos dos partidos e líderes partidários que lhe subjazem. Tal como defende Espírito Santo (2008:15-6), estudar a “mensagem política constitui um passo importante na descoberta das prioridades e projectos de agentes políticos tal como estes os interpretam na procura da resolução das necessidades vitais e urgentes do sistema político”.

De notar ainda que o nosso estudo foca apenas dois líderes partidários, o que parece diminuir a relevância do mesmo. No entanto, esta opção enquadra-se nas tendências históricas, em Portugal, de bipartidarização do sistema partidário (Jalali

¹ Os fatores de curto-prazo referem-se aos elementos contextuais que funcionam como determinantes do voto, tais como as avaliações retrospectivas do desempenho dos governos e a conjuntura económica. Ao invés, os fatores de longo-prazo são as “determinações estruturais do voto” (Freire 2001), tais como as clivagens sociais e o grau de instrução dos eleitores. Estes explicam a estabilidade no comportamento eleitoral, enquanto os fatores de curto-prazo apontam para as causas da maior volatilidade eleitoral que se verificou nas democracias ocidentais desde os anos 1970 e 80 (Freire 2001).

2007) e de personalização da liderança partidária (Lobo 2005b). Desta forma, a relevância da nossa dissertação não é afetada por esta delimitação.

Além disso, delimitar a análise aos líderes partidários é uma opção que se justifica devido ao processo de desalinhamento partidário-eleitoral que se verifica, não só em Portugal, mas nas democracias contemporâneas (Dalton 2008; Magalhães 2009). Dalton (2008) defende que, desde o início do século XXI, os eleitores têm adotado uma postura negativa em relação aos partidos, razão pela qual existem cada vez menos eleitores a decidir o seu voto com base em predisposições partidárias permanentes. Como os partidos estão cientes de que o eleitorado é desalinhado a nível partidário e social (Norris 2000), as suas estratégias para as campanhas eleitorais centram-se cada vez menos na ideologia (Espírito Santo 2008), e mais no carácter do candidato. Num contexto em que esta variável tem assumido um papel mais determinante na definição do voto (Lobo, Magalhães e Freire 2004; Salgado 2007), focar somente os líderes partidários é uma opção que não retira relevância ao estudo.

Objetivos

O nosso objetivo principal é descrever as estratégias argumentativas que subjazem ao discurso político eleitoral de Passos Coelho e de Sócrates.

Como o conceito de estratégias argumentativas é essencial na presente dissertação, importa defini-lo.

Estratégia remete-nos, no âmbito da Ciência Política, para os estudos militares. Por isso, olhamos para a definição de Couto (1988:209), segundo a qual a estratégia é “A ciência e a arte de *desenvolver e utilizar* as forças morais e materiais de uma unidade política ou coligação, *a fim de se atingirem* objetivos políticos que suscitam, ou podem suscitar, a hostilidade de uma outra vontade política”. Ao retirarmos esta definição do âmbito militar, compreendemos que há, nela, dois elementos centrais – os quais são destacados pelos grifos elaborados por nós. O primeiro – desenvolvimento e utilização de forças morais e materiais – tem que com a gestão de meios; o segundo – atingir objetivos –, com o intuito de se atingir objetivos pré-definidos.

Tendo em conta as variáveis da presente dissertação, restringimos a gestão de meios à escolha de meios. Além disso, o nosso estado da arte mostrar-nos-á que o objetivo pré-definido, quer de Passos Coelho, quer de Sócrates, é persuadir os eleitores.

O conceito de argumento pode ser visto na obra de Walton (2006). Segundo este investigador, o argumento é um conjunto de proposições em que algumas oferecem razões que suportam ou que criticam uma outra proposição, a qual é questionável. As primeiras denominam-se premissas; a última, conclusão. O nosso modelo analítico limita a análise e o estudo dos argumentos àqueles que encaixam nos esquemas argumentativos – isto é, em determinados padrões estereotipados de raciocínio argumentativo (Hansen e Walton 2013) – e nos apelos às emoções considerados.

À luz do supracitado, definimos estratégia argumentativa como o conjunto de escolhas relativas aos padrões estereotipados de raciocínio argumentativo e aos apelos às emoções, com o intuito de persuadir os eleitores.

Voltemos aos objetivos. No âmbito do principal, temos outros objetivos mais específicos. Pretendemos saber o que distingue as estratégias argumentativas dos dois líderes. Se isso suceder nos mesmos moldes que no estudo de Hansen e Walton (2013)², poderemos relacionar o posicionamento dos partidos no espectro político com as suas estratégias argumentativas. Além disso, queremos saber o que têm em comum as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates, bem como compreender se essas semelhanças também estão presentes nos partidos analisados por Hansen e Walton (2013)³.

Outro objetivo do nosso estudo é compreender se há uma associação entre diferentes meios de comunicação em massa – consideramos a televisão e a imprensa – e mudanças das estratégias argumentativas dos dois líderes partidários.

Com a nossa dissertação pretendemos ainda dotar a Ciência Política de novos instrumentos para o estudo da comunicação política. É por isso que usamos um modelo analítico proveniente da Filosofia.

De facto, introduzir o modelo analítico dos esquemas argumentativos nos estudos de língua portuguesa – independentemente de se enquadrarem na Filosofia, na Ciência Política ou mesmo nas Ciências da Comunicação – já é, por si só, um objetivo. No âmbito deste, traduziremos os esquemas argumentativos para a língua portuguesa, o

² As nossas conclusões serão comparadas com este trabalho, porque é o único que, como nós, desenvolve um modelo analítico baseado nos esquemas argumentativos para estudar o discurso político eleitoral. Neste caso, são estudadas as eleições provinciais de Ontário, em 2011, no Canadá.

³ Estes investigadores fizeram a recolha dos dados de quatro partidos. No entanto, um destes só expôs três argumentos, pelo que ele não é considerado no restante do estudo. Desta forma, na presente dissertação afirmamos sempre que Hansen e Walton (2013) estudam três partidos.

que ainda não foi feito. Com esta tradução pretendemos facilitar e desafiar outros a se debruçarem sobre eles.

Cabe-nos ainda notar que desenvolveremos estruturas teóricas para os apelos às emoções, e que elaboraremos o conceito, bem como a sua operacionalização, de categorias de esquemas argumentativos. O nosso intuito é possibilitar o debate sobre a pertinência e utilidade da junção destes aos esquemas argumentativos na formação de um modelo analítico.

Para atingirmos os objetivos supracitados, utilizamos três variáveis. Estas são, em simultâneo, as componentes do modelo analítico que utilizamos: esquemas argumentativos, apelos às emoções e categorias de esquemas argumentativos. As variáveis são analisadas através das frequências dos seus indicadores. Estes, bem como o processo da sua seleção, serão apresentados no capítulo IV, quando forem tratadas as componentes do modelo analítico. Por isso, e para não sermos exaustivos, não apresentamos aqui esses indicadores.

Expetativas

Veremos posteriormente que PSD e PS partilham um mesmo objetivo eleitoral primordial, que é persuadir. Ora, se os líderes partidários têm o mesmo objetivo, é normal que usem meios semelhantes para o alcançar. Por essa razão, é expectável que as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates apresentem bastantes semelhanças.

Apesar disto, vários fatores – por exemplo, as personalidades dos candidatos e o nível de popularidade dos partidos – contribuem para que existam, em simultâneo, dissemelhanças. Por isso, julgamos que da análise empírica surgirão diferenças óbvias entre os candidatos. O que resta saber, no entanto, é qual é o fator causador dessas diferenças. O estudo com o qual as nossas conclusões serão comparadas – o de Hansen e Walton (2013) – revela diferenças entre os três partidos abordados. Não obstante as causas dessas diferenças não serem apresentadas, detetámos um hipotético fator diferenciador: o posicionamento dos partidos no espectro político. À luz deste, é possível enquadrar a principal diferença – que será apresentada no capítulo IV, nas “Hipóteses” – entre os partidos de centro-esquerda e o partido de centro-direita estudados por Hansen e Walton (2013).

Este fator é exatamente aquele que consideramos, na nossa tese, como a potencial causa das dissemelhanças observadas. Desta forma, esperamos que as diferenças nas estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates estejam relacionadas com o posicionamento no espectro político do PSD e do PS.

Outra expectativa que temos é a de encontrar similitudes consideráveis entre as nossas conclusões e as de Hansen e Walton (2013). Veremos posteriormente que o discurso político eleitoral tem características que não estão circunscritas a nenhum caso em particular. Ora, se existem similitudes no discurso político eleitoral, as quais não discriminam o contexto eleitoral ou os partidos estudados, então podemos supor que existirão também semelhanças nas estratégias argumentativas, independentemente de nos estarmos a debruçar sobre eleições provinciais no Canadá ou sobre eleições legislativas em Portugal.

A nossa dissertação usa, como fontes, os debates televisivos e as entrevistas à imprensa. A opção por duas fontes é propositada, pois pretendemos considerar as diferenças entre a imprensa e a televisão nas conclusões do nosso estudo.

No entanto, importa abordar desde já essas diferenças. A televisão privilegia o imediatismo no consumo de ideias em detrimento da reflexão, pelo que traduz a complexidade de muitos dos assuntos que trata em termos simples e acessíveis a um nível médio de conhecimento (Espírito Santo 2008). Neste âmbito, “A construção dos conteúdos televisivos acaba por submeter a sua coerência, organização e transmissão às características da televisão como meio que privilegia a rapidez, a síntese, o tratamento extensivo, a repetição. A atenção das massas é canalizada para a simplicidade na construção dos conteúdos” (Espírito Santo 2008:60-1). A imprensa, ao invés, dirige-se a indivíduos com níveis de escolaridade mais elevados que aqueles para os quais são construídos os conteúdos televisivos (Magalhães 2009).

Devido a estas diferenças, é expectável que as estratégias argumentativas, tanto de Passos Coelho como de Sócrates, apresentem dissemelhanças consoante estamos a analisar os debates televisivos ou as entrevistas à imprensa.

CAPÍTULO II

ESTADO DA ARTE

Uma das áreas na qual o nosso estudo se insere é a da comunicação política. Por essa razão, começamos este capítulo por abordar este tema.

De seguida, analisamos uma das componentes da comunicação política: o discurso político eleitoral. Este conceito é fundamental na nossa dissertação, como se depreende do título da mesma, pelo que queremos apresentar as suas características.

No terceiro tópico abordamos o momento específico da vida política em que a presente tese se situa: as campanhas eleitorais.

Depois, consideramos a personalização política, a qual se verifica nas vertentes comunicativa, executiva, partidária e eleitoral.

Para finalizar este capítulo, debruçamo-nos sobre a influência dos *media*. Estes tiveram um papel importante na evolução das campanhas eleitorais, e contribuíram para a personalização da política. Além disso, as fontes do nosso estudo são meios de comunicação de massa, pelo que é importante incluir este tópico.

Comunicação Política

A comunicação é essencial na *praxis* política. Ambas estão tão inter-ligadas que Arendt (2001) define a política como comunicação. Segundo esta autora, a pólis grega exemplifica a forma como a política – caracterizada pela comunicação – surge em oposição à violência – caracterizada pela ação. Isto significa que na implantação política “A ênfase passou da acção para o discurso, e para o discurso como meio de persuasão, não como forma especificamente humana de responder, replicar e enfrentar o que acontece ou é feito” (Arendt 2001:41).

Partilhamos a opinião desta autora de que a comunicação política se baseia na persuasão⁴: “O ser político, o viver numa polis, significava que tudo era decidido mediante palavras e persuasão e não através de força ou violência. Para os Gregos, forçar alguém pela violência, ordenar em vez de persuadir, eram momentos pré-políticos de lidar com pessoas, típicos da vida fora da polis” (Arendt 2001:41-2).

⁴ Veja-se a definição de persuasão no tópico “Campanhas Eleitorais”.

A comunicação política é essencial para os sistemas políticos, para os líderes partidários e para os eleitores, funcionando para estes como indicador da credibilidade dos políticos (Espírito Santo 2008). A valorização da comunicação no âmbito político é inclusive a essência da democracia deliberativa. De acordo com esta teoria, as decisões políticas só são legítimas quando o processo de tomada de decisão resulta da deliberação pública entre cidadãos livres e iguais (Bohman 1998).

Um dos teorizadores da democracia deliberativa, Habermas (2003), defende que os processos de deliberação pública devem ser realizados, não nas instituições formais do Estado, mas na esfera pública. Esta ideia demonstra que, embora esta teoria dê à comunicação política um papel determinante na melhoria da qualidade da democracia, a mesma aborda esta temática essencialmente como uma prática necessária entre membros de uma comunidade que estejam numa posição de igualdade entre si (Cohen 1997), pois a sua ênfase recai na relação entre os cidadãos eleitores, e não a sua relação com os candidatos eleitorais. Desta forma, embora o nosso objeto de estudo seja o mesmo – a comunicação política – o foco é diferente, pois na presente dissertação analisamos a forma como os candidatos eleitorais se dirigem aos cidadãos eleitores.

Ainda assim, não queremos deixar de expor o mérito da democracia deliberativa em revelar a importância da comunicação política no contexto democrático.

A comunicação política deve ser abordada como uma arte, “cujos contornos e mestria são produto de processos de procura de soluções e dinamismos públicos permanentes” (Espírito Santo 2008:161), em que se transmite uma mensagem estruturada, primariamente, por motivos políticos e sociais e, secundariamente, por razões ideológicas (Espírito Santo 2008).

O facto de se transmitir uma mensagem estruturada mostra-nos que à comunicação política subjaz uma estratégia. Esta considera o momento político concreto e é construída com o intuito de alcançar determinados objetivos. Diz Espírito Santo (2008:161) que “a comunicação política constitui-se, antes de mais, num exercício ajustado ao espaço e ao tempo, da política e da coisa pública, num contexto e História políticos que servem de cenário e dão colorido às diversas formas de conceber e interpretar a mensagem em política”.

O sucesso ou não da comunicação política não depende da validade dos argumentos apresentados. Esta característica foi reforçada pelo impacto dos *media* na

forma de se fazer comunicação política: “In mass media (...) public opinion is probably the most important factor in the success of any argument” (Walton 2007:203). Os atores políticos constroem os seus discursos tendo em vista a aceitação dos seus argumentos, e não a validade formal ou informal dos mesmos.

Discurso Político Eleitoral

Os estudos sobre comunicação política podem, de acordo com Salgado (2007), desenvolver-se em quatro áreas problemáticas: a propaganda, os estudos eleitorais, os efeitos da comunicação de massa e as relações entre imprensa, opinião pública e classe política. Nesta dissertação, focamos os estudos eleitorais.

A primeira característica a destacar em relação ao discurso político eleitoral é a predominância, nele, de duas funções: o ataque e a defesa (Bishop in Espírito Santo 2008). Devido à personalização da política, o carácter dos candidatos tornou-se uma temática essencial para o eleitorado. Desta forma, atacar outro ou defender-se a si é essencial para os atores políticos. Walton (2006) defende ainda que quando um candidato é atacado a resposta tende a ser um contra-ataque. Isto é, a defesa é outro ataque, o que significa que o discurso político eleitoral é muitas vezes uma sequência de ataques pessoais em que se procura diminuir a credibilidade do(s) outro(s) e defender a sua.

A segunda característica do discurso político eleitoral é o apelo constante às emoções. A referência ao papel das emoções não é novidade num estudo no âmbito da Ciência Política. Poucos são os pensadores políticos ocidentais que, ao longo da História, não se debruçaram sobre a importância das emoções na política (Marcus 2000). Nesse âmbito, formou-se uma tradição que assenta numa visão pessimista das emoções. Na perspectiva dos autores que dela fazem parte, estas prejudicam os julgamentos, pois a política deve, dizem eles, basear-se em avaliações racionais (Marcus 2000). No entanto, esta tradição não é aceite de forma unânime. Alguns autores consideram-na incorreta nos princípios normativos que postula. Assim, e de forma contrária à tradição apresentada, estes críticos valorizam o papel das emoções no processamento de informações durante as campanhas eleitorais e na melhoria da qualidade da democracia (Marcus e Mackuen 1993).

Marcus e Mackuen (1993) destacam duas emoções que foram objeto de análise empírica: a ansiedade e o entusiasmo. Os autores defendem que a ansiedade que resulta de ameaças ou novidades estimula os eleitores a estarem mais atentos às campanhas eleitorais e a abandonarem o seu voto habitual. O entusiasmo contribui para um maior envolvimento dos eleitores nas campanhas.

As emoções podem ser determinantes nas opções de voto, pois através delas podem ocorrer alguns efeitos das campanhas eleitorais. As emoções podem contribuir para os eleitores se manterem firmados nos valores que defendem (Marcus 2000), isto é, para que haja mobilização de eleitores e reforço de opiniões fracamente arraigadas. Além disso, elas podem ser o instrumento usado por políticos para que os eleitores abandonem os seus compromissos habituais (Marcus 2000). Desta forma, as emoções são um meio mediante a qual ocorre o efeito persuasivo nas campanhas eleitorais.

Devido à importância das emoções nas opções de voto, elas são tidas como um elemento importante na construção do discurso político eleitoral. As emoções são usadas de forma estratégica e em consonância com os objetivos eleitorais e com os efeitos que se deseja ter sobre o eleitorado-alvo.

A terceira característica a referir é a importância que é dada à definição dos conceitos usados, pois no discurso político eleitoral cada candidato procura usar conceitos cujos significados se adequem à sociedade na qual ele está inserido (Walton 2007). As campanhas eleitorais são momentos específicos da vida política em que “the contenders struggle to impose their respective meanings upon one another” (Sederberg in Walton 2007:281). Walton (2007) afirma que, na visão de Sederberg (in Walton 2007), as definições são um dos instrumentos mais poderosos na política.

A quarta e última característica do discurso político eleitoral é ele ser direcionado e intencional. Tal sucede porque este discurso resulta de uma estratégia bem delineada por parte dos coordenadores das campanhas (Espírito Santo 2008), e porque, como já notámos, ele visa alcançar segmentos específicos do eleitorado (Norris 1997). Esta característica, todavia, não é intemporal. Ao invés, ela tem um papel de destaque no âmbito das campanhas eleitorais pós-modernas, as quais serão analisadas de seguida.

Campanhas Eleitorais

Nas sociedades pós-industriais atuais, as campanhas eleitorais têm, essencialmente, características pós-modernas. Segundo Norris (2000), é nos anos 90 do século XX que começam a surgir as campanhas pós-modernas. Nestas, a coordenação das campanhas é feita por consultores independentes, pesquisadores e departamentos especializados em campanhas eleitorais (Norris 1997). Verifica-se, então, uma maior profissionalização das campanhas eleitorais, característica que distingue as campanhas pós-modernas das pré-modernas e das modernas. Já não são militantes voluntários e líderes partidários quem coordena as campanhas, mas antes consultores especializados em comunicação, marketing, política e gestão de campanhas (Norris 1997). A estratégia destes coordenadores passa por investir os recursos disponíveis de forma a alcançar segmentos específicos do eleitorado: “Competition for readers and viewers has become far more intense, with the fragmentation of the mass market into narrower and narrower segments.” (Norris 1997:7).

Outra transformação que ocorreu na forma de se fazer campanhas eleitorais tem que ver com a influência que os *media* passaram a ter. Esta influência foi tão acentuada que Dayan e Katz (in Salgado 2007) denominaram as campanhas eleitorais de *media events*. Isto significa que uma campanha eleitoral é “um acontecimento programado, limitado no tempo e no espaço, que apresenta um grupo ou uma personalidade, tem uma significação dramática ou ritual e possui uma força específica que nos obriga a olhar para esse acontecimento” (Salgado 2007:43). Mais especificamente, o elemento audiovisual assumiu um papel fundamental: “As campanhas eleitorais passaram a destacar o audiovisual como o elemento mais determinante das decisões de sufrágio” (Espírito Santo 2008:59).

O supracitado mostra-nos que duas das alterações que as campanhas pós-modernas trouxeram registam-se ao nível das estratégias eleitorais dos partidos e da ação dos meios de comunicação de massa. Estes dois fatores⁵ influenciam o eleitorado, pois determinam quais são os efeitos que as campanhas têm sobre ele.

Comecemos por abordar a ação dos *media*. O estudo clássico de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) põe em causa a importância desta ação. Lisi (2009:2) diz-nos que “The pioneering research conducted by the Columbia group found that political

⁵ Existem outros fatores que têm a mesma influência. No entanto, apenas abordamos dois, pois guiamo-nos pelas informações já apresentadas neste tópico.

campaigns have just a minimal effect on voter's preferences.” De acordo com aquele estudo, o comportamento eleitoral é explicado pelos contactos informais que os eleitores estabelecem no seu quotidiano, e não pela exposição aos meios de comunicação de massa (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet 1944).

Não obstante as conclusões apresentadas por estes politólogos, cremos que a ação dos meios de comunicação de massa é importante na definição dos efeitos que as campanhas eleitorais têm sobre os eleitores. Esta relevância deve-se, sobretudo, à seleção e ao modo de apresentação das notícias que resultam dessa ação. Wolf (1992) destaca que os estudos sobre a emissão de notícias evidenciam uma mudança de paradigma a partir dos anos 70 do passado século. Na nossa opinião, o paradigma que vigorava antes desta década não permitia captar toda a influência que os *media* têm, o que explica a sua irrelevância no estudo de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944).

No paradigma que vigora desde os anos 70, os investigadores deixaram de definir os emissores como *gatekeepers*, e passaram a focar o processo de *newsmaking*⁶. Segundo Lewin (in Wolf 1992:160), criador do conceito de *gatekeepers*, esta definição atribui aos jornalistas “o poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia”. O processo de *newsmaking*, pelo contrário, realça que os jornalistas não só escolhem o que é e não é notícia⁷, como também descontextualizam os factos do contexto em que acontecem para os recontextualizar de acordo com os parâmetros da noticiabilidade (Wolf 1992).

A triagem e organização do material inerentes ao *newsmaking* (Golding-Elliott in Wolf 1992) resultam na escolha das notícias a apresentar ao público e no modo específico de o fazer. Estas decisões jornalísticas influenciam os efeitos que as campanhas têm no eleitorado, pois, por exemplo, se os jornalistas não cobrem o comício de um partido que não tem assentos parlamentares, então a probabilidade dele os conseguir diminuir. Neste caso, o eleitorado não está exposto à argumentação daquele partido, pelo que não pode ser persuadido a votar nele.

O segundo fator que determina quais são os efeitos que as campanhas têm sobre o eleitorado é a estratégia eleitoral dos partidos, pois esta orienta as campanhas para

⁶ Mantemos as expressões *gatekeepers* e *newsmaking* pois a tradução portuguesa da obra de Wolf (1992) que utilizamos também o faz.

⁷ À capacidade de escolher o que é noticiado denomina-se poder de *agenda setting* (Salgado 2007). Este poder determina os assuntos que são importantes, apesar de não tentar induzir a determinadas opiniões sobre esses mesmos assuntos (Salgado 2007).

determinados objetivos e, conseqüentemente, para determinados efeitos sobre o eleitorado.

Segundo Rohrschneider (2002), os objetivos que as estratégias eleitorais dos partidos procuram alcançar podem ser situados unidimensionalmente – embora ele propunha o desenvolvimento de duas ou mais dimensões. Num extremo está a obtenção do voto dos eleitores desalinhados e, no outro, a mobilização dos eleitores que já têm uma identificação ideológico-partidária (Rohrschneider 2002).

Se estes objetivos forem alcançados, estamos perante efeitos sobre o eleitorado. Além dos supracitados, existem outros efeitos, tais como o reforço de opiniões fracamente arraigadas, a informação e a persuasão.

Veremos, no próximo capítulo, que este efeito é o mais importante no âmbito do nosso estudo. Por essa razão, importa defini-lo. Para isso, baseamo-nos em Grootendorst e van Eemeren (2004) para definir persuasão no âmbito político-eleitoral como o meio mediante o qual os partidos encaminham os eleitores numa determinada direção pré-estabelecida. Como o objetivo da persuasão é provocar uma reação imediata (Grootendorst e van Eemeren 2004), resta esclarecer que essa reação é, no contexto que nos interessa, a adesão às ideias apresentadas.

Interessa-nos ainda notar que persuasão não é o mesmo que conversão. Este efeito, que ocorre menos vezes que a persuasão, verifica-se quando um indivíduo passa a acreditar em algo que é o oposto daquilo que ele acreditava anteriormente.

Devemos notar que existem autores – por exemplo, Bartels (1993) e Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) – que, ao observarem que o efeito persuasivo não é um dos mais frequentes nas campanhas eleitorais, questionam a sua relevância. Existe, inclusive, uma tradição nos estudos eleitorais – formada a partir do estudo de Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960) – que suporta esta ideia, pois define a identificação partidária como a variável determinante do sentido de voto. Esta identificação define-se numa etapa inicial da vida do indivíduo – de acordo com Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960), muitas vezes ela é herdada – e tende a permanecer estável ao longo do tempo. Por essa razão, segundo esta tradição – que ficou conhecida como “paradigma de Michigan” (Espírito Santo 2006:203) – nem a ação dos meios de comunicação de massa nem as estratégias eleitorais dos partidos são fatores determinantes dos efeitos que as campanhas eleitorais têm sobre os eleitores. Como o foco de Campbell,

Converse, Miller e Stokes (1960) é um fator de longo-prazo – a identificação partidária – os efeitos predominantes das campanhas são sempre os que contribuem para a manutenção do sentido de voto: por exemplo, a mobilização daqueles que já têm uma identificação ideológico-partidária.

Apesar de existir oposição à ideia de que a persuasão é um efeito importante, a verdade é que este pode ser o efeito mais importante numa campanha eleitoral, o que sucede quando o partido vencedor ganha as eleições por poucos votos. A probabilidade de tal situação se verificar e de, consequentemente, a persuasão ser relevante, depende de vários fatores. Por exemplo, uma competição centrípeta entre os partidos e um eleitorado volátil são alguns dos aspetos que contribuem para que isso suceda.

Personalização Política

Poguntke e Webb (2005) defendem que a presidencialização da política, fenómeno perceptível nas democracias contemporâneas, se evidencia em três vertentes: executiva, partidária e eleitoral. Embora concordemos com o conceito, discordamos da forma em que o mesmo é apresentado. Julgamos que o termo presidencialização da política se deva usar somente quando abordamos a vertente executiva, pois essa expressão deriva de presidencialismo, conceito que, entre outros elementos, descreve uma forma de ação do executivo.

Desta forma, as três vertentes a que Poguntke e Webb (2005) fazem referência são, na nossa conceção, vertentes da personalização da política. Não obstante, a definição de presidencialização da política destes politólogos é útil, na nossa perspetiva, para apresentar a essência do fenómeno da personalização da política. Ei-la: “the shift of *political power resources and autonomy* to the benefit of individual leaders and a concomitant loss of power and autonomy of collective actors like cabinets and political parties.” (Poguntke e Webb 2005:7).

Antes de analisarmos separadamente cada uma das três vertentes supracitadas, vejamos uma quarta: a personalização da comunicação política.

Segundo Espírito Santo (2008:14), “a comunicação política é, cada vez menos, um fenómeno político-ideológico para fazer sobressair as causas, as interpretações, o passado e a prática da política personificada pelos líderes que a representam”. A personalização da comunicação política é acompanhada pela dramatização da mesma

(Salgado 2007; Mazzoleni 2008). Assim, surgiu uma “política espetáculo” (Salgado 2007:30), na qual os políticos usam frequentemente símbolos, linguagem teatral, frases curtas, além de darem grande importância à sua imagem e de apelarem às emoções (Salgado 2007).

A personalização do executivo – presidencialização – é um fenómeno que não é recente (Poguntke e Webb 2005). De acordo com Lobo (2005a:21), verificou-se “nos últimos trinta anos (...) na Europa ocidental, uma tendência para a concentração do poder nas mãos do chefe de governo, seja ele o presidente ou o primeiro-ministro”. A presidencialização tem sido identificada como uma tendência em várias democracias industrializadas avançadas, independentemente dos arranjos constitucionais das mesmas (Lobo 2005a). Não se altera, na maior parte dos casos, os estatutos e instituições formais, mas apenas a prática política (Poguntke e Webb 2005).

Uma maior autonomia dos líderes em relação a outros atores de um mesmo partido caracteriza a personalização partidária (Poguntke e Webb 2005). Este conceito descreve uma mudança na distribuição do poder intra-partidário em favor do líder, o que o torna mais dependente dos resultados eleitorais: “we would expect party leaders to be less likely to survive electoral defeat than has been the case in the past.” (Poguntke e Webb 2005:10).

Esta afirmação mostra que a personalização partidária tem estrita relação com a personalização eleitoral⁸.

Este conceito refere-se ao facto de os processos eleitorais se centrarem nos candidatos (Poguntke e Webb 2005). Quando tal sucede, os candidatos tornam-se a base das escolhas eleitorais. As variáveis que contribuem para que esse fenómeno se manifeste de forma mais ou menos evidente são várias. Segundo Lobo (2008), o tipo de partidos tem um papel fulcral, pois os eleitores dos partidos *catch-all* dão uma ênfase maior aos líderes partidários do que os eleitores dos partidos de massas.

Barisione (2009) considera a imagem pública do candidato a variável que melhor explica a importância dos candidatos nas opções de voto. Este politólogo diz-nos que “To this end, a first necessary step forward concerns the image-related variable,

⁸ A nossa opinião é que as quatro vertentes de personalização que abordamos são inter-dependentes, o que significa que se influenciam mutuamente. Neste ponto concordamos com Poguntke e Webb (2005:17), apesar de estes politólogos só fazerem referência a três vertentes: “Finally, we should not overlook the fact that electoral, intra-party, and intraexecutive presidentialization could impact on each other.”

which includes the basic pre-requirements (from a candidate's popularity ratings to her/his most widely perceived valence and personal features) for a substantial leader effect on voting.” (Barisione 2009:493). O peso da imagem pública dos candidatos nas escolhas eleitorais é mais evidente no eleitorado que não está nem mobilizado nem informado: “The personalities of candidates have thus become the most important distinguishing factor for electorates that are neither highly mobilized nor highly informed.” (Pasquino 2001:222).

A imagem pública dos candidatos é um fator de curto-prazo. Tem sido sugerido que estes fatores têm um peso cada vez maior nas escolhas eleitorais: “there are signs of eroding partisanship and weakly structured voting behaviour, which imply greater scope for the influence of more contingent short-term factors such as leader evaluations. Recent research confirms the importance of such evaluations in explaining voter choice” (Lobo 2005b:284). Nesta lógica, não é de estranhar que a imagem pública dos candidatos seja cada vez mais relevante nas opções de voto.

São várias as causas da personalização eleitoral. Walton, Reed e Macagno (2008) defendem que os temas debatidos nas campanhas eleitorais são por vezes complexos, e é difícil para os eleitores disporem de todas as informações sobre cada tema. Por isso, “For the electorate, in many instances, there are no other reasons to believe in the speaker's words and promises except for his consistency and moral integrity (...) A person with clear core convictions that appear to be consistent with positions he had advocated is more likely to pursue a definite policy” (Walton, Reed e Macagno 2008:141). Pasquino (2001) e Salgado (2007) afirmam que os programas de governo dos vários partidos são por vezes muito similares, o que reforça o papel da personalização como base da escolha eleitoral. Na perspetiva de Poguntke e Webb (2005), a erosão das clivagens tradicionais e a alteração da estrutura dos meios de comunicação de massa são as causas fundamentais da personalização eleitoral.

A inclusão deste último aspeto deve-se à crença de que a própria natureza dos *media* enfatiza pessoas e não programas (Poguntke e Webb 2005). Nesta lógica, os meios de comunicação de massa simplificam os temas debatidos nas campanhas eleitorais, o que influencia as perceções políticas dos eleitores, visto que o contacto destes com esses temas é feito através dos *media*.

O supracitado revela a importância dos meios de comunicação de massa. Por essa razão, de seguida debruçamo-nos sobre esta temática.

Influência dos *Media*

Abordar as campanhas eleitorais e a personalização da política implica abordar os *media* – isto é, os “suportes de difusão massiva da informação” (Salgado 2007:20). Todavia, antes de abordar estas duas dimensões, devemos lembrar que os *media* tiveram uma influência que transcende o campo da política, pois eles “transformam os processos cognitivos de relação com a informação: acesso, compreensão e interacção” (Salgado 2007:20).

Devido a essa influência, estudar o discurso político eleitoral implica referir não só os políticos e o eleitorado, mas também os *media* (Salgado 2007).

A importância destes é reconhecida pelos próprios políticos. Ronald Reagan (in Derville in Gonçalves 2006:108) disse: “Eu não me lembro de assistir a uma única reunião de mais de uma hora em que não houvesse alguém que perguntasse: ‘como é que vai passar esta reunião nos *media*?’”

Os meios de comunicação de massa não tiveram influência somente na forma dos partidos e seus líderes fazerem as campanhas eleitorais, mas também no acompanhamento da mesma por parte dos eleitores. No seu estudo sobre a campanha eleitoral de 2005, Pereira (2009) conclui que mais de dois em cada três portugueses acompanharam, através da televisão, a campanha eleitoral de forma diária ou quase diária, valores que na imprensa são de um em cada três eleitores. Desta forma, concluímos que “o retrato de um eleitor português desligado da campanha e desinteressado da informação sobre as eleições, tantas vezes veiculado no comentário político, não adere completamente à realidade” (Magalhães 2009:285).

Outros estudos (Salgado 2007; Espírito Santo 2008) partilham a conclusão de que o eleitorado acompanha as campanhas eleitorais através dos *media*. Por exemplo, Salgado (2007:9) afirma que “é através dos meios de comunicação social e, principalmente, pela televisão, que os eleitores tomam contacto com a campanha eleitoral e com as propostas dos partidos (...)”. Desta forma, cremos que um estudo completo das campanhas eleitorais implica a consideração dos *media*.

A crescente relevância dos *media* contribui para a personalização e dramatização da política: “The personalization of political leadership is a further implication of the mediatization of politics and is closely connected to that of dramatization” (Mazzoleni 2008:53). Os meios de comunicação desempenham também, em alguns casos, um papel

na promoção do populismo. Não que os *media* criem as condições favoráveis para o surgimento de líderes populistas. No entanto, o relevo que a estes é dado tem por efeito essa promoção. Desta forma, os meios de comunicação de massa são um catalisador de líderes populistas numa Europa contemporânea que vive um ambiente político populista (Mazzoleni 2008). Mazzoleni (2008:50) diz-nos que “the European media appear to have contributed to a legitimization of the issues, key-words and communication styles typical of populist leaders”.

Pelo supracitado, concluímos que os meios de comunicação de massa alteraram a forma de se fazer campanhas eleitorais e contribuíram para a personalização da política. Por essa razão, os argumentos que iremos analisar empiricamente fazem parte de debates e entrevistas que foram transmitidos pelos *media*.

Neste âmbito, precisamos distinguir entre mediatização e mediação. Esta refere-se ao uso dos *media* meramente como suporte para a transmissão de uma mensagem política: por exemplo, tempos de antena ou programas de governo (Salgado 2007).

Na mediatização há um tratamento da mensagem política por parte de quem a transmite. Há três funções que a mediatização cumpre: “Em primeiro lugar, tem a função de transmitir a mensagem, mas longe de ser uma simples transmissão, ela torna-se o produto de uma selecção e hierarquização. (...) os *media* fazem uma selecção do que deve ser apresentado ao público, do que deve ser considerado urgente, dos assuntos que devem importar ao público. A transmissão vai, igualmente, contribuir para transformar o discurso político em “acontecimento”, de forma a que se inscreva na lógica dos *media*. A mediatização tem, de seguida, uma função de *mise en scène* da mensagem (o que em português poderá ser o equivalente de encenação da mensagem). Toda e qualquer apresentação implica escolha de citações, cortes e montagens de texto e imagens, o que transforma a imagem inicial. Por fim, resta a função do comentário do discurso” (Salgado 2007:27).

No nosso estudo não abordamos conteúdos mediados, pois existem vários estudos que têm demonstrado que as mensagens mediatizadas têm um impacto maior no eleitorado do que as mensagens mediadas (Salgado 2007). Segundo Salgado, “a função de mediatização dos jornalistas serve para conferir legitimidade à mensagem política, funcionando como uma espécie de controlo de qualidade ou selo de garantia” (Salgado 2007:27).

Não obstante, o nosso estudo também não se encaixa na categoria de mediatização. Tanto nos debates televisivos como nas entrevistas à imprensa a função de transmissão selecionada e hierarquizada da mensagem é cumprida meramente em parte. Por um lado, é verdade que os moderadores ou entrevistadores selecionam e hierarquizam informação mediante as perguntas que fazem e o momento em que as fazem. Por outro lado, os políticos respondem da maneira que entendem, pelo que podem abordar assuntos que não seriam os escolhidos pelos moderadores ou entrevistadores.

Por essa razão, nos dois formatos de transmissão da mensagem política que estudamos não se cumpre a segunda função da mediatização: na televisão, porque é ao vivo; na imprensa, por questões deontológicas.

O comentário do discurso, que é a terceira função da mediatização, não é abordado no nosso estudo, pois o que nos interessa é o discurso *per se*.

Desta forma, concluímos que o discurso político eleitoral é estudado por nós através de formatos que não são mediados nem integralmente mediatizados.

CAPÍTULO III

ESTUDO DE CASO

O nosso propósito neste capítulo é apresentar informações sobre o caso português, pois é sobre ele que nos vamos debruçar.

O primeiro tópico aborda o discurso político eleitoral de PSD e PS. Limitamos a abordagem aos dois partidos que estudamos, pois o tipo de partido é uma variável que influencia as características do discurso político eleitoral – por exemplo, um partido de massas tem um discurso que privilegia a ideologia em detrimento do pragmatismo, enquanto um partido *catch-all* procede de forma oposta (Lopes 2004; Jalali 2007). Como PSD e PS são os partidos em Portugal cuja orientação *catch-all* é mais evidente (Jalali 2007), a nossa análise recai somente sobre eles.

No tópico seguinte, caracterizamos as campanhas eleitorais em Portugal. Além disso, refletimos sobre o impacto das campanhas realizadas por PSD e por PS, bem como sobre os objetivos eleitorais destes partidos.

No terceiro tópico fazemos um resumo das conclusões a que os trabalhos sobre as eleições legislativas em Portugal têm chegado. Como a evolução das legislativas tem contribuído para a bipartidarização do sistema partidário português, abordamos, de seguida, esta tendência.

No quinto tópico debruçamo-nos sobre as eleições legislativas de 2011. O âmbito temporal da nossa dissertação fica, assim, claramente delimitado.

À luz desta delimitação, podemos apresentar, então, as fontes utilizadas na análise empírica. Esta é a tarefa a que nos propomos no sexto tópico.

Discurso Político Eleitoral de PSD e PS

Para Walton (2006), é comum os partidos políticos sem base ideológica bem definida mas com responsabilidade governativa basearem a sua comunicação numa linguagem obscura e ambígua, para que mais tarde não sejam responsabilizados por aquilo que declararam. Segundo este autor, “an unstated premise or conclusion may be put forward in an argument to persuade an audience, but then later, when critically questioned, the proponent of the argument may deny that she meant to assert this proposition at all” (Walton 2006:170).

Creemos que esta é uma das características do discurso político eleitoral de PSD e PS. Afinal, estes partidos encaixam no perfil partidário apresentado por Walton (2006), pois o modelo de partido *catch-all* – adotado por ambos – caracteriza-se por não fazer apelos ideológicos (Jalali 2007). Além disso, são os dois principais partidos de governo em Portugal, pelo que sobre eles recai a responsabilização governativa. Por isso, supomos que PSD e PS adotam uma linguagem obscura e ambígua com o intuito de não serem responsabilizados, posteriormente, por aquilo que declararam.

Queremos ainda destacar outra característica que já foi referida, num plano geral, no capítulo anterior: o facto de o discurso político eleitoral ser direccionado e intencional. PSD e PS competem por um mesmo eleitorado. Este é denominado por eleitorado *marais*⁹ (Jalali 2004), e é a ele que se dirigem as estratégias argumentativas destes partidos.

Outra característica do discurso político eleitoral de PSD e PS é o foco na persuasão. O eleitorado *marais* é constituído por eleitores indecisos e voláteis, cujas opções de votos não estão arraigadas (Jalali 2007). Por essa razão, estes partidos procuram obter o voto destes eleitores através da persuasão, uma vez que eles constituem o eleitorado que mais facilmente adere a novas ideias.

É verdade que o efeito persuasivo não é o mais evidente nas campanhas eleitorais. No entanto, no âmbito da nossa investigação ele é o mais importante, pois o discurso político eleitoral, tanto do PSD como do PS, foca a persuasão.

Campanhas Eleitorais em Portugal

Norris (2000) considera que Portugal é uma sociedade pós-industrial, o que indicia que as campanhas portuguesas têm características pós-modernas. Estas campanhas foram identificadas primeiramente nos Estados Unidos da América, e foram progressivamente adotadas pelas restantes sociedades pós-industriais (Norris 2000). Como Portugal é uma sociedade deste tipo, deduz-se que nela se realizam campanhas pós-modernas.

⁹ Este termo, de origem francesa, refere-se ao eleitorado cujo voto “é influenciado por factores políticos de curto prazo (como, por exemplo, o desempenho económico, escândalos políticos e percepções sobre os líderes políticos), em vez de ser determinado por estruturas de clivagem existentes. Este tipo de eleitorado torna-se, portanto, crucial para o êxito eleitoral e para a conquista do governo, fazendo pender a balança eleitoral para o lado do PS ou do PSD.” (Jalali 2004:95).

O estudo de Lisi (2011) sobre as eleições legislativas de 2009, no entanto, impede a aceitação acrítica desta perspetiva. Diz-nos este politólogo que “Comparando com outros países europeus (Suécia, Alemanha ou Itália), a profissionalização dos partidos portugueses permanece relativamente baixa (...)” (Lisi 2011:123). A fraca profissionalização dos partidos portugueses é especialmente perceptível se olharmos para as técnicas e meios de comunicação usados durante as campanhas (Lisi 2011). Também no que à coordenação das campanhas concerne, em 2009 o nível de profissionalização das campanhas foi baixo: “em Portugal as direcções dos partidos ainda continuam a controlar o processo, enquanto a intervenção de especialistas externos é sempre subordinada à estratégia e às directivas dos líderes partidários” (Lisi 2011:123).

Não obstante, estes factos não acarretam necessariamente a conclusão de que em Portugal não existem campanhas pós-modernas. Norris (2000) defende que nos diversos casos que podem ser estudados não tem de existir uma reprodução fiel do modelo norte-americano para se poder afirmar que estamos perante campanhas deste tipo. Além disso, o estudo de Lisi (2011) incide sobre a profissionalização, o que não é a mesma coisa que o tipo de campanha. A abordagem a este engloba a consideração daquela, mas não se esgota nela. Assim, e a título exemplificativo, o facto de nos partidos portugueses a coordenação das campanhas ser feita por atores internos não significa que a estratégia definida não se dirija a segmentos específicos do eleitorado.

Um dos fatores que tem contribuído para a transformação da forma de se fazer campanhas eleitorais em Portugal são os meios de comunicação de massa. Os estudos sobre campanhas portuguesas, os quais se debruçam essencialmente sobre cobertura mediática – por exemplo, o de Salgado (2007) – ou sobre iconografia – por exemplo, o de Espírito Santo (2008) – confirmam isso. Salgado (2007) nota isso no seu estudo relativo às eleições legislativas de 1999, quando afirma que nestas eleições observa-se “a importância da imagem dos candidatos, a simplificação das mensagens políticas (caso dos cartazes de campanha eleitoral do PSD nas legislativas de Outubro de 1999) e a encenação que a mensagem política sofre para se tornar mais facilmente notícia” (Salgado 2007:44). Também Serrano (2006) se depara, na sua investigação sobre as eleições presidenciais em Portugal, com esta transformação. A autora conclui que a fotografia jornalística tem adotado progressivamente uma função emotiva e afetiva, em detrimento da ilustrativa. Além disso, Serrano (2006) acrescenta que os planos das

fotografias dos candidatos têm passado de planos alargados para planos aproximados de rostos e ambientes.

Supomos que as campanhas eleitorais realizadas por PSD e por PS têm influência nas opções de voto. Para entender esta suposição, devemos considerar o princípio geral exposto por Salgado (2007), segundo o qual as campanhas são tanto mais influentes quanto mais renhidas forem as eleições.

Além deste princípio, existem fatores contextuais e estruturais a considerar. Entre os contextuais temos, por exemplo, o facto de as eleições serem ou não antecipadas. Entre os estruturais contam-se, entre outros, o posicionamento dos eleitores no espectro político e a partilha de um mesmo eleitorado por dois ou mais partidos.

Em Portugal, este último fator verifica-se na competição entre PSD e PS, os dois principais partidos de governo (Jalali 2007). A competição entre eles constitui, de resto, a principal dimensão de competição do sistema partidário português (Jalali 2007), sobretudo a partir das legislativas de 1987. Um dos indicadores que prova este facto é a diferença a nível da percentagem de votos entre o segundo – que é sempre ou PSD ou PS – e o terceiro – que é sempre outro que não os dois mencionados – partidos mais votados em cada eleição. Após analisarem este indicador, Martins e Mendes (2005:49) concluíram que “a tendência é claramente de reforço da distância entre estes partidos (segundo e terceiro mais votados), passando de 10,1% em 1987, para o dobro em 2002, facto que assinala a crescente bipartidarização do sistema de partidos (critério numérico).” Esta informação confirma que a competição entre os dois partidos mais votados nas diversas legislativas portuguesas – PSD e PS – constitui uma dimensão de competição diferente das restantes dimensões que caracterizam o sistema partidário português.

As eleições são, nessa dimensão de competição, renhidas, pelo que, segundo o princípio de Salgado (2007) acima referido, supomos que as campanhas realizadas por PSD e por PS têm influência nas opções de voto.

Outra particularidade destes partidos é que são os únicos, em Portugal, que realizam as suas campanhas com o objetivo de ser o partido que obtém o maior número de assentos parlamentares. Existem três objectivos principais que os partidos políticos têm em mente quando planeiam e executam as suas campanhas eleitorais: difundir as ideias do partido ou do candidato – normalmente é o objetivo dos partidos que não têm

hipóteses nem de vencer as eleições nem de formar governo –, obter um bom resultado – normalmente é o objetivo dos partidos que, para terem maior influência política, procuram ter um resultado melhor que o obtido nas últimas eleições – e vencer as eleições – normalmente é o objetivo dos partidos que tentam alcançar a maioria absoluta ou relativa (Salgado 2007). Dos vários partidos portugueses, só PSD e PS têm o objetivo de vencer as eleições.

Eleições Legislativas em Portugal

Em Portugal, a personalidade dos candidatos e os assuntos discutidos durante as campanhas são dois aspetos relevantes na explicação do comportamento eleitoral. Todavia, a relevância destes elementos não se restringe ao caso português. Ela faz parte de uma tendência das democracias contemporâneas em que as escolhas eleitorais são explicadas por fatores de curto-prazo: “É sobejamente conhecido que os temas políticos concretos, as imagens dos candidatos e o desempenho económico têm vindo a tornar-se cada vez mais importantes como factores determinantes das opções de voto na maioria das democracias industrializadas avançadas. Este tipo de causas das escolhas eleitorais tem sobressaído em detrimento de outras causas de «longo prazo», tais como a classe social, a religiosidade, a sindicalização e a identificação partidária. (...) Já existem provas substanciais de que Portugal não foge a esta tendência” (Lobo, Magalhães e Freire 2004:30).

Segundo Sartori (in Salgado 2007), o voto pode basear-se em três fatores: *personality voting*, *party voting* e *policy voting*¹⁰. Em Portugal, as clivagens religiosas e sócio-económicas – fatores que contribuem para a estabilização das orientações partidárias e para a imutabilidade das mesmas – têm um papel modesto na estruturação das escolhas eleitorais, razão pela qual o *party voting* não é muito relevante (Magalhães 2009).

Esta reduzida influência deve-se, pelo menos em parte, a aspetos históricos. Começamos por referir o contexto histórico do processo de democratização e as escolhas feitas pelas elites, uma vez que estes explicam o porquê de em Portugal as raízes sociais das afinidades partidárias serem particularmente ténues quando

¹⁰ Mantemos as expressões na língua inglesa porque Salgado (2007) também procede desta forma.

comparadas com outras democracias, inclusive do sul da Europa (Magalhães, Freire e Lobo 2004).

No contexto histórico do processo de democratização, as elites do PSD e do PS adotaram um modelo de partido *catch-all*, e fizeram apelos ideológicos que não se compatibilizaram com as suas bases de apoio potencial: conservadora no caso do PSD e progressista no caso do PS (Gunther 2004). Ao invés, procuraram evitar a consolidação de bases eleitorais claramente delimitadas, pois seguiram a lógica segundo a qual “um apoio superficial mas amplo consegue ganhar eleições, ao passo que um apoio profundo mais limitado não” (Jalali 2004:95). A opção por um modelo de partido *catch-all*, bem como a “participação dos partidos em governos de coligação – promovendo moderação e pragmatismo –, favoreceram uma relativa indefinição das fronteiras entre a «esquerda» e a «direita» aos olhos do eleitorado, a reduzida influência dos factores sociológicos no voto e níveis elevados de volatilidade eleitoral (em particular, entre partidos de blocos ideológicos opostos)” (Magalhães, Freire e Lobo 2004:364).

Além disso, no período revolucionário surgiu um conflito sobre a natureza do regime político. Tanto o PSD como o PS se opuseram ao PCP, de forma que o apoio a estes partidos se organizou em torno desse conflito (Magalhães, Freire e Lobo 2004). Como os dois partidos à direita do PCP adotaram a mesma posição neste conflito essencial, criou-se um numeroso eleitorado *marais* centrista cujas opções de voto são determinadas por fatores de curto prazo (Jalali 2004). Este eleitorado “torna-se, portanto, crucial para o êxito eleitoral e para a conquista do governo, fazendo pender a balança eleitoral para o lado do PS ou do PSD.” (Jalali 2004:95).

Ao contrário do que sucede com o *party voting*, o *personality voting* tem um papel importante enquanto base de escolhas eleitorais (Freire 2009), pois “aquilo que os eleitores pensavam sobre os líderes do PS e do PSD foi o factor que mais pesou quando se trata de distinguir os eleitores de ambos os partidos” (Magalhães 2009:292). A importância do líder, todavia, não se verifica somente no contexto eleitoral. No plano mais amplo, a comunicação política em Portugal assenta pouco em apelos ideológico-partidários e muito na figura do líder (Espírito Santo 2008). No caso do PSD e do PS, o foco no líder é ainda mais evidente, pois tem raízes históricas: “Governing parties – especially the two centre parties – have traditionally been relatively personalized.” (Lobo 2005b:283).

As informações supracitadas permitem-nos compreender que em Portugal se verifica, tal como em outras democracias contemporâneas, a tendência para a personalização. Devido a esta tendência, no nosso estudo a abordagem aos partidos dá-se somente pelo foco nos respetivos líderes: Pedro Passos Coelho, então Presidente do PSD, e José Sócrates, então Secretário-Geral do PS.

O *policy voting*, ou *issue voting*, tem, tal como o *personality voting*, um papel determinante na explicação do comportamento eleitoral. Os temas podem ser subdivididos em temas de posição – *position issues* – e temas consensuais, ou de desempenho – *consensual* ou *valence issues*. Aqueles referem-se às preferências dos eleitores no que às políticas públicas concerne, bem como aos valores que subjazem a essas preferências. Estão em causa, nos *position issues*, “os grandes conflitos que existem na sociedade (isto é, o papel do Estado na economia, o nível de redistribuição do rendimento, etc.) ” (Freire 2009:191).

Os temas consensuais referem-se a objetivos políticos universalmente considerados positivos, e “estão relacionados com a avaliação do estado da economia, com a *performance* dos governos e a avaliação dos candidatos.” (Freire 2009:184). O voto baseado nestes temas é retrospectivo, enquanto o fundamentado na posição é prospetivo (Freire 2009).

Em geral, os politólogos defendem que os temas de desempenho são relevantes na explicação do comportamento eleitoral dos portugueses, pois eles influenciam as escolhas eleitorais (Freire 2009). Ao invés, o impacto dos temas de posição na definição das opções de voto é tido por reduzido. Estes politólogos apoiam-se em estudos que demonstram que em Portugal o mecanismo de responsabilização dos governos – relacionado com os temas consensuais – funciona bem, ao contrário do que sucede com o mecanismo de representação – relacionado com os temas de posição –, que não funciona tão bem (Freire 2009).

Para avaliar estas conclusões, Freire (2009) estuda as eleições legislativas de 2005¹¹. Neste trabalho, a relevância dos temas de desempenho na explicação do comportamento eleitoral em 2005 é confirmada empiricamente: “Ou seja, os eleitores que tinham percepções negativas sobre a evolução do estado da economia (de 2004 para 2005) e sobre o desempenho do governo incumbente (coligação PSD-CDS) votaram

¹¹ O autor também aborda as eleições presidenciais de 2006. Todavia, como o nosso propósito é focar somente as eleições legislativas, não consideramos as presidenciais de 2006.

maioritariamente na oposição” (Freire 2009:215). Além disso, “os valores (isto é, os indicadores compostos construídos com base em vários «temas de posição») revelaram ter um impacto bastante relevante (...)” (Freire 2009:215). Este resultado contradiz a ideia de que o impacto dos temas de posição na definição das opções de voto é reduzido. Para Freire (2009), esta contradição deve-se ao facto de existirem limitações nos estudos que suportam essa ideia. Estas limitações verificam-se ao nível dos indicadores utilizados para medir o peso dos temas de posição (Freire 2009).

Bipartidarização em Portugal

Para entender a tendência para a bipartidarização devemos debruçar-nos sobre a concentração percentual de votos em PSD e PS. O quadro 3.1 exhibe uma clara concentração de votos nos dois principais partidos em Portugal¹², o que evidencia que a maior parte do eleitorado vota ou no PSD ou no PS. No entanto, esse mesmo quadro mostra também que as percentagens relativas a 2009 e a 2011 estão no valor mais baixo desde 1985. Ainda assim, verificamos que essas percentagens destacam de forma clara os dois partidos considerados dos demais. Além disso, 2011 revela uma subida em relação a 2009, pelo que a descida percentual assinalada pode ser meramente contextual. Para perceber se esta tendência se verifica ou não, será necessário avaliar futuras legislativas.

Quadro 3.1.¹³ Concentração de Votos em PSD e PS

Ano	Concentração de Votos em PSD e PS (%)
1975	64,3
1976	59
1983	63,4
1985	50,6
1987	72,5
1991	79,7
1995	77,8
1999	76,3
2002	78
2005	73,8
2009	65,7
2011	66,7

Notas:

¹² A concentração de votos em PSD e PS indica-nos que a competição legislativa portuguesa tem um carácter centrípeto (Jalali 2007).

¹³ O primeiro número é o do capítulo; o segundo, o da ordem de aparição do quadro no respetivo capítulo. Este formato de numeração é usado somente neste capítulo.

- 1.A concentração de votos em PSD e PS refere-se à soma das percentagens de votos obtidas por PSD e PS.
- 2.Tal como Jalali (2007), excluimos os resultados relativos às eleições de 1979 e 1980 “devido à coligação pré-eleitoral entre o PSD e o CDS.” (Jalali 2007:191).
- 3.Para o período de 1975 a 2005 – com a exceção de 1985 e 1987 –, elaboração a partir de Jalali (2007).
- 4.Para os anos de 1985 e 1987, elaboração própria. Os dados estão disponíveis em Martins e Mendes (2005).
- 5.Para os anos de 2009 e 2011, elaboração própria. Os dados estão disponíveis em <http://www.legislativas2009.mj.pt/> [Acedido em 19 de Março de 2013].

A tendência para o bipartidarismo torna-se ainda mais evidente quando analisamos duas eleições para a Assembleia da República: a de 1987 e a de 2005.

Todavia, uma nota deve ser feita antes dessa análise. A relação entre a existência de um impacto importante do *issue voting* – referido no tópico anterior – e a tendência para a bipartidarização do sistema partidário permite-nos constituir uma hipótese que, embora não possamos testar, pois não faz parte dos nossos objetivos, nos parece interessante deixar registada, quiçá como base para futuras investigações. A hipótese é que os assuntos têm um peso maior nas opções de voto após 1987, isto é, a partir do surgimento da tendência para o bipartidarismo. Esta hipótese baseia-se no que Sartori (in Salgado 2007:175) afirma: “Issue voting is easier and therefore more likely within the simpler systems – twopartism”.

Feita esta ressalva, analisemos então as eleições de 1987 e de 2005. Nas eleições legislativas de 1987 o PSD obteve a maioria dos lugares no parlamento – 148 (Martins e Mendes 2005) – e a maioria dos votos nas eleições gerais – 50,22% (Martins e Mendes 2005) – o que é ainda mais relevante por ter ocorrido no quadro de um sistema eleitoral de representação proporcional (Lobo 2005a). Desta forma, “pela primeira vez desde a democratização, houve um governo que se manteve no poder durante todo o seu mandato e houve um partido a que se pôde pedir que respondesse pelo desempenho do governo no seu conjunto” (Lobo 2005a:25).

Em 2005, o PS alcançou, pela primeira vez na sua história, a maioria de assentos parlamentares (Lobo 2009a), com 121 mandatos (Martins e Mendes 2005).

Devemos notar que na história pós-25 de Abril de 1974 somente PSD e PS formaram governos monopartidários maioritários. Em 1987 pela primeira vez um partido teve maioria absoluta, e em 2005 a alternância democrática em Portugal tornou-se completa (Lobo 2009a).

Apesar destas datas serem marcos importantes, a bipartidarização do sistema partidário tem raízes históricas mais profundas.

Segundo Jalali (2007:179), “as principais interações do sistema de partidos se estabeleceram rapidamente, tendo-se mantido desde 1975”. Dentre as várias interações, já referimos que a competição entre PSD e PS é a principal dimensão de competição (Jalali 2007).

No entanto, a bipartidarização do sistema partidário português surgiu não só devido à competição, mas também à cooperação entre estes partidos (Jalali 2007), a qual visa o benefício mútuo: “o PS e o PSD têm sido sistematicamente sobre-representados na Assembleia da República em relação à sua percentagem de votos” (Bruneau in Jalali 2007:214).

A cooperação que se estabelece entre PSD e PS para a manutenção da tendência de bipartidarização pode ser explicada se, como Jalali (2007), a compararmos com alguns elementos da luta livre americana. Nesta, as lutas violentas são na verdade encenadas, de forma que existe uma competição que, embora tenha aparência de extremamente violenta, é na verdade combinada e aceite pelos lutadores. De igual forma, em Portugal a competição entre PSD e PS é consentida por ambos. Embora estes partidos transmitam a ideia de que o outro é um adversário que preferiam que não existisse, eles unem esforços para que a competição a dois permaneça, sob pena de surgir uma nova dimensão de competição que seja prejudicial para ambos. Devido a esse receio, os dois partidos cooperam para manter a estrutura do sistema partidário e a respetiva tendência para a bipartidarização, pois desta forma mantêm a sua posição de “partidos naturais de governo” (Jalali 2007:215).

Por essa razão, é difícil prospetivar a alteração da principal dimensão de competição do sistema partidário português e, conseqüentemente, da propensão para o bipartidarismo.

As tendências para a bipartidarização e para a personalização da política portuguesa contribuem para que as eleições legislativas, cujo objetivo é eleger deputados para a Assembleia da República, se tenham tornado, na prática, eleições para primeiro-ministro. Lobo (2005b:284) diz-nos que “the concentration of electoral support around the two major parties guaranteed governmental stability, a stronger

premier, and more candidate-centred electoral processes, fuelled by the private media's pressure to presidentialize electoral contests". Tal é ainda mais evidente devido ao peso do eleitorado *marais*, cujas escolhas eleitorais refletem a preferência por determinado candidato a primeiro-ministro. Desta forma, presumimos que em 2011 se repete o fenómeno evidenciado por Lobo (2009b:243) no seu estudo sobre as eleições legislativas de 2005: "Efectivamente, os eleitores estão, aparentemente, a escolher a melhor pessoa para o cargo de primeiro-ministro".

Eleições Legislativas de 2011

As eleições legislativas de 2011 ocorreram no dia 5 de Junho de 2011. O período de campanha eleitoral foi de 22 de Maio a 3 de Junho desse mesmo ano.

Estas eleições foram antecipadas. Surgiram no contexto da demissão do então Primeiro-Ministro, José Sócrates, o qual, devido ao chumbo do PEC¹⁴ IV na Assembleia da República a 23 de Março de 2011 (Fernandes 2011), alegou não ter condições para continuar a chefiar o executivo¹⁵. Essa ausência de condições deveu-se ao facto de ele liderar um governo minoritário: por um lado, não conseguiu formar coligações com os partidos à sua esquerda – PCP e BE; por outro, os partidos à sua direita – PSD e CDS – não quiseram associar-se publicamente a Sócrates (Fernandes 2011).

O facto de as eleições legislativas de 2011 serem antecipadas é um aspeto contextual que contribui para que a campanha eleitoral tenha um impacto maior nas opções de voto. Tal sucede porque os eleitores dão mais atenção às campanhas e esforçam-se para adquirirem mais informações quando as eleições são antecipadas (Marcus e Mackuen 1993).

Contextualmente, estas eleições legislativas ocorreram num período de crise económica. Por um lado, a crise foi o motivo que conduziu à necessidade da implementação de programas de austeridade. Por outro, o próprio processo eleitoral sucedeu num contexto de resgate da *troika* constituída por União Europeia, Banco Central Europeu e Fundo Monetário Internacional (Fernandes 2011).

¹⁴ Programa de Estabilidade e Crescimento.

¹⁵ In <http://www.online24.pt/eleicoes-antecipadas-em-portugal/> [Acedido em 27 de Dezembro de 2012].

Uma evidência dessa crise económica é a redução do orçamento dos partidos para a campanha eleitoral. Em 2011, o PSD gastou 1,990,000 € e o PS 2,200,000 €. Em 2009 – nas legislativas anteriores – os gastos deste partido atingiram os 5,547,000 €, e os do PSD os 3,340,000€¹⁶. Não obstante todos os partidos com assento parlamentar terem reduzido os seus orçamentos de 2009 para 2011, PSD e PS são aqueles nos quais esta tendência é mais evidente (Fernandes 2011).

Os quadros 3.2 e 3.3 revelam sondagens¹⁷ efetuadas por dois institutos: o Intercampus e o Eurosondagem, respetivamente. Deles destacam-se os valores elevados – o valor mais baixo é 65,7% – que as somas das percentagens de PSD e PS atingem. Este facto revela que, ao contrário do que sucedeu em outros países da Europa do Sul, os eleitores portugueses não pretendiam penalizar os dois principais partidos portugueses pela crise económica que se estava a viver.

Quadro 3.2. Sondagens efetuadas pelo Intercampus

Data da Realização das Entrevistas	PSD (%)	PS (%)	Total (%)
24-26 Março	42,2	32,8	75
8-10 Abril	38,7	33,1	71,8
2-5 Maio	37,0	34,8	71,8
4-8 Maio	36,2	35,1	71,3
7-12 Maio	33,9	36,8	70,7
11-15 Maio	36,1	35,4	71,5
14-19 Maio	35,7	34,1	69,8
18-22 Maio	39,6	33,2	72,8
21-26 Maio	35,8	34,1	69,9
25-29 Maio	37	32,3	69,3
28 Maio-1 Junho	36,5	31,1	67,6

Nota:

1.Elaboração própria, a partir de margensdeerro.blogspot.pt [Acedido em 23 de Março de 2013].

¹⁶ As informações relativas aos orçamentos partidários foram retiradas de Fernandes (2011), o qual apresenta como fonte o *site* do Tribunal Constitucional.

¹⁷ Iniciamos a análise em 23 de Março, pois este foi o dia em que o PEC IV foi rejeitado no parlamento. Esta rejeição, por sua vez, foi o evento que abriu caminho para a demissão posterior do então primeiro-ministro Sócrates, o que conduziu à marcação das legislativas de 2011.

Quadro 3.3. Sondagens efetuadas pelo Eurosondagem

Data da Realização das Entrevistas	PSD (%)	PS (%)	Total (%)
27-30 Março	37,3	30,4	67,7
14-19 Abril	36,3	32,7	69
28 Abril-3 Maio	35,8	32,5	68,3
23 Maio	33,1	32,6	65,7
24 Maio	33,7	32	65,7
23-25 Maio	33,6	32,5	66,1
23-26 Maio	33,9	32,3	66,2
25-29 Maio	34,7	32,1	66,8
26-30 Maio	35,5	32,2	67,7
27-31 Maio	35,4	31,3	66,7
29 Maio-1 Junho	35,9	31,1	67

Nota:

1.Elaboração própria, a partir de margensdeerro.blogspot.pt [Acedido em 23 de Março de 2013].

Os líderes do PSD e do PS – bem como o do CDS – assinaram o acordo de resgate económico (Fernandes 2011). Este aspeto contribuiu para que a campanha fosse especialmente centrada nos líderes partidários, pois o programa de governo, quer de Passos Coelho, quer de Sócrates, seria, necessariamente, muito similar, uma vez que ambos tinham concordado em sujeitar a sua ação governativa às exigências da *troika*. Assim, “the 2011 elections were not really about choosing a policy but about the choice of a leader to apply a *fait accompli* agreement.” (Fernandes 2011:1302).

Os líderes dos principais partidos eram Pedro Passos Coelho e José Sócrates. Este foi Secretário-Geral do PS de 2004 a 2011 e Primeiro-Ministro de Março de 2005 a Junho de 2011. Passos Coelho era Presidente do PSD desde 2010 e tornou-se Primeiro-Ministro nestas eleições. Em 2011 Sócrates concorreu pelo círculo eleitoral de Castelo Branco, enquanto Passos Coelho o fez por Vila Real.

Dos 9 624 133 inscritos votaram 5 588 594, o que significa que a taxa de participação foi de 58,07%, e a de abstenção de 41,93%¹⁸. Estes números evidenciam que estas foram as eleições com menor participação na história legislativa pós-25 de Abril em Portugal¹⁹. Isto é realçado pelo facto de o número de votantes de PSD e PS juntos ser inferior ao número de inscritos que não votaram.

¹⁸ In <http://www.legislativas2009.mj.pt/legislativas2011/> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

¹⁹ In http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/participaccedilatildeo_nas_eleiccedilatildees_de_2011_eacute_a_mais_baixa_de_todas_as_legislativas_portuguesas.html [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

O PSD teve 38,65% dos votos – percentagem que corresponde a 2 159 742 de votos – enquanto o PS teve 28,06% dos votos – em números brutos, 1 568 168 de votos. Este partido ficou com 74 mandatos, e aquele com 108.

Na sequência da vitória eleitoral, Pedro Passos Coelho foi indigitado como Primeiro-Ministro, no dia 15 de Junho de 2011, pelo então Presidente da República Aníbal Cavaco Silva. O governo formado resultou de uma coligação entre PSD e CDS. O CDS foi o terceiro partido mais votado e com mais mandatos. Teve 11,70% dos votos – ao que correspondem 653 987 votos – e recebeu 24 mandatos. Os dois partidos obtiveram, juntos, 50,35% dos votos e 132 assentos parlamentares, o que ultrapassou os 116 mandatos, valor mínimo para garantir a maioria parlamentar. Desta forma, o XIX Governo Constitucional constituiu-se como um Governo de coligação com maioria parlamentar. Este tomou posse no dia 21 de Junho de 2011.

No seguimento da derrota eleitoral, José Sócrates demitiu-se do cargo de Secretário-geral do PS.

Fontes

No nosso estudo usamos fontes primárias e fontes não-escritas.

Estudamos as estratégias argumentativas através dos *media* devido ao impacto que estes tiveram na forma dos partidos e seus líderes realizarem as campanhas eleitorais e devido ao facto de grande parte do eleitorado acompanhar as campanhas através deles.

Devemos lembrar que os acontecimentos políticos transmitidos pelos meios de comunicação de massa são apresentados de forma a “servirem lógicas de mercado em nada adequadas à lógica política ou a intenções pedagógicas que visem esclarecer o eleitorado” (Salgado 2007:31). Por essa razão, não estamos diante de objetos meramente políticos, mas sim de *media events* (Dayan e Katz in Salgado 2007), como já foi referido.

Nesta lógica, cremos que as fontes por nós escolhidas são relevantes, pois elas permitem-nos contactar com as mesmas informações que grande parte do eleitorado contactou, visto que os meios de comunicação de massa têm, como o próprio nome indica, um auditório bastante grande (Salgado 2007).

Os *media* dão maior cobertura noticiosa ao PSD e ao PS do que aos outros partidos, pois “eles têm um maior número de eleitores, logo um maior número de interessados nas actividades e tomadas de posição do partido, garantia de mais audiência” (Salgado 2007:89).

Como fontes primárias usamos entrevistas concedidas pelos líderes partidários à imprensa. Por entrevista referimo-nos a uma “peça jornalística que se caracteriza por ser publicada sob a forma de pergunta-resposta, normalmente contextualizada com uma breve introdução em que se apresenta o entrevistado e, muitas vezes, se explicam as razões que justificam o interesse e a pertinência de tal conversa” (Jean-Michel in Salgado 2007:102). É importante considerar a imprensa, pois ela “tem um papel fundamental no desenvolvimento da consciência política dos cidadãos” (Espírito Santo 1997:137).

Para os partidos é importante a possibilidade de ver publicada uma entrevista do seu líder, pois esta “permite transmitir a mensagem política em discurso directo, sem que haja muitas interpretações por parte do jornalista” (Salgado 2007:103).

Como fontes não-escritas utilizamos debates televisivos. Vários estudos provam que estes influenciam o sentido de voto dos eleitores nos Estados Unidos da América (Brox e Shaw 2006). Holbrook (in Brox e Shaw 2006), inclusivamente, defende que o debate televisivo se distingue dos demais eventos de campanha porque só nele se pode apontar de forma concreta os efeitos que ele tem sobre o eleitorado.

Claro está que se pode questionar se a importância deste evento também se verifica em outros casos além do norte-americano. A afirmação de Brox e Shaw (2006:156), cinco anos antes do ato eleitoral que estudamos nesta dissertação, conduz-nos a tender para uma resposta afirmativa: “It is likely that the trends and developments taking place in the United States will spread to other parts of the world; as a result, the United States is no longer ‘exceptional’, it is at the vanguard.” Todavia, só recorrendo a outros estudos podemos decisivamente adotar uma resposta afirmativa em relação ao caso português.

A relevância dos debates televisivos deve-se à sua forma de transmissão: a televisão. Esta tem um grande impacto na formação da opinião pública (Espírito Santo 2008; Espírito Santo 2012), no processo de socialização política (Espírito Santo 2008) e na mobilização política (Norris 2000). Não obstante vários meios de comunicação de

massa serem importantes nestes processos, Norris (2000) destaca a televisão como o mais relevante, visto que ela é o principal *medium* de informação para a maioria do público (Salgado 2007).

Por essa razão, os debates que estudamos são importantes para os líderes partidários neles envolvidos, pois, por um lado, são oportunidades de transmitirem a sua mensagem a um grande número de pessoas (Salgado 2007) e, por outro, são por vezes decisivos para o eleitorado centrista decidir o seu sentido de voto (Espírito Santo 2008).

Segundo Fernandes (2011), os debates contribuíram para a vitória eleitoral do PSD nas legislativas de 2011. Na opinião deste autor, Passos Coelho venceu Sócrates no debate televisivo entre ambos, o que solidificou a perspetiva de que o PS não iria continuar a ser o partido de governo em Portugal. Fernandes (2011:1299) diz-nos, sobre esse debate, que “This represented a turning point in the campaign, with the PSD finally gaining some momentum.”

CAPÍTULO IV

MODELO ANALÍTICO

Neste capítulo apresentamos o aspeto inovador do presente estudo: a utilização do modelo analítico dos esquemas argumentativos. Este tem origem na Filosofia, e só foi utilizado uma vez, num trabalho de Hansen e Walton (2013), na análise do discurso político eleitoral.

Como estamos a abordar um modelo analítico sem tradição na Ciência Política, começamos por refletir sobre a sua adequabilidade àquele que é o nosso objeto de estudo: o discurso político eleitoral.

Para mostrar a utilidade dos esquemas argumentativos e, consequentemente, justificarmos o porquê de eles serem a base do nosso modelo analítico, debruçamo-nos, de seguida, sobre as formas como os esquemas argumentativos permitem avaliar os argumentos anuláveis²⁰.

O nosso objetivo, nestes dois tópicos, é mostrar que os esquemas argumentativos são relevantes para os trabalhos cujo objeto de estudo é o discurso político eleitoral.

No terceiro tópico expomos as três variáveis que constituem o nosso modelo analítico: esquemas argumentativos, apelos às emoções e categorias de esquemas argumentativos.

De seguida, traduzimos os esquemas argumentativos da língua inglesa, na qual eles foram criados e publicados em primeiro lugar, para a língua portuguesa. Os esquemas argumentativos nunca foram utilizados em estudos escritos nesta língua, razão pela qual eles não estão, ainda, traduzidos.

O terceiro e quarto tópicos visam apresentar o modelo analítico dos esquemas argumentativos de forma sistemática e completa, para que o possamos utilizar, no próximo capítulo, na análise empírica.

No último tópico, apresentamos as hipóteses de trabalho. Estas são elaboradas à luz dos conceitos desenvolvidos, não só neste capítulo, mas também nos capítulos II e III.

²⁰ Vejamos o que afirma Walton (2007:52) sobre os argumentos anuláveis: “it seems to be true, on the given appearances. Of course, appearances can be misleading in some cases. Thus such an inference is inherently subject to retraction.”

Adequabilidade dos Esquemas Argumentativos

Zarefsky (2007) defende que existem três abordagens ao estudo da argumentação: a lógica formal, a dialética e a retórica.

A lógica formal debruça-se, não sobre a aceitação, mas sobre a veracidade da argumentação. Segundo Grootendorst e van Eemeren (2004:48), nesta abordagem “statements are taken to represent ‘true knowledge’ only if their truth is evident or if they can be logically derived from statements that are evidently true.” Em contraste, o discurso político eleitoral foca a aceitação da argumentação, a qual não depende da sua veracidade – como já foi referido no capítulo anterior. Por essa razão, um modelo proveniente desta abordagem não é adequado.

Além disso, a lógica formal não considera a existência de uma audiência (Zarefsky 2007), o que contrasta com o discurso político eleitoral, no qual existe um público concreto: os eleitores. Também por essa razão, concluímos que o nosso modelo analítico não deve derivar da lógica formal.

A dialética, por sua vez, aborda a argumentação como um processo de discussão crítica que resolve diferenças de opinião entre duas partes discordantes (Grootendorst e van Eemeren 2004; Zarefsky 2007). Por isso, ela é desadequada para estudar contextos nos quais um argumentador se dirige a uma audiência.

Além disso, a dialética propõe que os argumentadores cheguem a acordo sobre os pontos de vista que são discutíveis (Grootendorst e van Eemeren 2004), visto que esse acordo é a base do processo de discussão crítica mediante o qual as diferenças de opinião são resolvidas. De acordo com Grootendorst e van Eemeren (2004:58), na dialética “the parties involved in a difference of opinion attempt to resolve this difference of opinion by achieving agreement on the acceptability or unacceptability of the standpoint(s) involved through the conduct of a regulated exchange of views.”

Os factos supracitados provam que a dialética não é adequada para estudar o discurso político eleitoral. Em primeiro lugar, porque este discurso dirige-se a uma audiência. Em segundo lugar, porque nele os argumentadores tentam persuadir, como já referimos, e não criar concórdia²¹.

²¹ A própria existência de vários partidos e candidatos deriva da percepção de que existem entre eles diferenças de opinião que não podem ser resolvidas pela argumentação.

A retórica considera, não a validade formal dos argumentos, mas a aceitação dos mesmos por parte das audiências (Zarefsky 2007). Como o propósito do discurso político eleitoral é, também, a aceitação prática dos argumentos, poderíamos concluir, de forma apressada, que a retórica é a abordagem mais apropriada ao nosso estudo. Não obstante, esta foca somente as reações instintivas do auditório (Walton 2008), e nós queremos incluir na nossa análise, não só estas reações, mas também as críticas.

Desta forma, deparamo-nos com o facto de que nenhuma das abordagens apresentadas por Zarefsky (2007) se revela adequada ao estudo do discurso político eleitoral. Por isso, é necessário considerar uma quarta abordagem ao estudo da argumentação.

Tal como Hansen e Walton (2013), optamos por considerar a lógica informal, a qual se debruça sobre “question-reply dialogue as a form of interaction between two participants, each representing one side of an argument, on a disputed question” (Walton 2008:xii). Esta abordagem é um desenvolvimento da lógica formal (Walton 2007), e os seus modelos analíticos são parcialmente formais (Walton 2008). Não é tão formal quanto a abordagem da qual deriva, pois nesta não se estuda o conteúdo, mas sim a forma. A lógica formal transpõe a argumentação da linguagem vulgar para uma forma padronizada lógica (Grootendorst e van Eemeren 2004), e avalia, através desta, a validade ou não-validade dos argumentos²² (Zarefsky 2007). Ao invés, a lógica informal foca o conteúdo dos argumentos (Walton 2008).

Dentre os vários modelos analíticos que poderíamos utilizar, optamos, uma vez mais baseados em Hansen e Walton (2013), pelo modelo dos esquemas argumentativos. Estes, são, em consonância com os outros modelos da lógica informal, estruturas parcialmente formais. Tal não deve ser considerada uma insuficiência, pois é uma necessidade em prol da objetividade científica: “Standardized forms of argument that represent common species of arguments encountered in everyday conversational argumentation need to have a precise, partly formal structure.” (Walton 2008:xiii).

Para percebermos a opção pelo modelo analítico dos esquemas argumentativos devemos observar algumas características dos argumentos anuláveis e do discurso

²² Nos estudos no âmbito da lógica formal “An argument is only logically valid if it has a form that rules out the possibility that it has true premises and a false conclusion” (Grootendorst e van Eemeren 2004:128).

político eleitoral. Elas permitem-nos concluir que este discurso se baseia naqueles argumentos.

Os argumentos anuláveis fundamentam-se na plausibilidade, o que quer dizer que, neles, “If the respondent accepts the premises, then that gives him a good reason also to accept the conclusion. But it does not mean that the respondent should accept the conclusion uncritically” (Walton 2006:84).

Tal sucede porque a aceitação destes argumentos é condicional, o que significa, por um lado, que se pode não aceitar a conclusão apesar de se aceitar as premissas. Por outro lado, a condicionalidade da aceitação significa que, até mesmo quando a conclusão, e, conseqüentemente, o argumento, são aceites, essa condição de aceitação pode tornar-se numa de não-aceitação posteriormente: “the argument might fail to hold as new information comes in, even though it originally held as a reasonable inference” (Walton 2008:159).

Nos argumentos anuláveis utilizam-se premissas anuláveis, as quais também se fundamentam na plausibilidade e também são aceites condicionalmente. Aristóteles (2007) usa o conceito de *endoxa* para se referir a opiniões aceites ou por toda a comunidade – pelo menos pela sua maioria – ou pelos sábios – todos eles, a maioria deles ou os mais notáveis entre eles. Concordamos com a perspetiva de que este conceito descreve o que designamos atualmente, na teoria da argumentação, por proposições plausíveis (Renon 1998) – isto é, proposições aceites pelo auditório *a priori* da exposição dos argumentos. Segundo Rigotti (2006:527), uma possível tradução moderna de *endoxa* seria: “an opinion that is accepted by the relevant public or by the opinion leaders of the relevant public”. Estas opiniões são aquelas nas quais as premissas anuláveis se baseiam.

As generalizações anuláveis também são usadas nos argumentos anuláveis. Nelas reside a ideia de que “some kinds of individuals generally have a certain property, subject to exceptions” (Walton 2006:17). Quer isto dizer que as generalizações anuláveis expressam o que geralmente, e não sempre, acontece, pelo que um contra-exemplo não retira o valor a essas generalizações (Walton 2006).

Estas características descrevem, não só os argumentos anuláveis, mas também o discurso político em geral e, conseqüentemente, o discurso político eleitoral. O discurso político é construído com premissas anuláveis: “if a politician wants to convince an

audience of his stance on an issue, he had better use propositions as premises that this particular audience is committed to, or can be made to accept” (Walton 2008:112). As conclusões que o discurso político apresenta, porquanto resultam de premissas anuláveis, são plausíveis. A plausibilidade das conclusões aponta para o facto de que, por um lado, elas aparentam ser verdadeiras à luz das informações disponíveis, e que, por outro, pode provar-se que as mesmas são falsas com o surgimento de novas evidências (Walton 2006, 2008).

O facto de estas características – premissas anuláveis e conclusões plausíveis – serem a essência dos argumentos anuláveis conduz-nos à conclusão de que no discurso político eleitoral se utilizam, essencialmente, estes argumentos. Como os esquemas argumentativos são adequados ao estudo dos argumentos anuláveis (Hansen e Walton 2013), consideramos o modelo analítico dos esquemas argumentativos adequado ao nosso objeto de estudo – o discurso político eleitoral.

Avaliação dos Argumentos Anuláveis

Um modelo analítico que, tal como o nosso, se baseie nos esquemas argumentativos, tem a vantagem de nos permitir avaliar os argumentos anuláveis de várias formas. Para as entender, vejamo-las exemplificadas na análise de um argumento.

Num dos debates que analisaremos empiricamente, Passos Coelho diz: “O senhor sabia tanto que não ia cumprir que usou o fundo de pensões da PT para poder cumprir, supostamente, o valor do défice”²³. Encaixamos este argumento no esquema argumentativo para argumento baseado no indício:

Premissa Específica: Sócrates usou o fundo de pensões da PT para supostamente cumprir o valor de défice.

Premissa Geral: O facto de Sócrates usar o fundo de pensões da PT para supostamente cumprir o valor de défice é um indício de que ele sabia que não ia cumprir a meta do défice que tinha sido estabelecida.

Conclusão (implícita): Sócrates sabia que não ia cumprir a meta do défice que tinha sido estabelecida.

²³ Pedropassoscoelho, 2011. *Debate Pedro Passos Coelho José Sócrates* [vídeo online] Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=EjGW68YV3yI&feature=related>> [Consultado em 22 de Janeiro de 2013], 54’05-54’13.

Este exemplo revela-nos uma das formas através das quais os esquemas argumentativos permitem avaliar os argumentos: a análise do contexto²⁴ dos mesmos.

No contexto que precede a declaração supracitada vemos que Passos Coelho desenvolve duas ideias: a primeira é que ele tinha acertado na sua previsão sobre o valor do défice; a segunda é que Sócrates, apesar de ter mais informações, não acertou na previsão sobre o valor do défice que fez. Quando percebeu que estava errado, Sócrates, segundo o argumentador em causa, procurou uma solução para que viesse a ter razão, pelo que usou o fundo de pensões da PT.

Ora, se só estudássemos a afirmação de Passos Coelho não iríamos perceber o porquê de Sócrates se esforçar por cumprir a meta do défice, nem o porquê de o não cumprimento por parte de Sócrates ser benéfico para Passos Coelho. Só com estes elementos a conclusão faz sentido, pois desta forma ela prova que Passos Coelho é mais competente que Sócrates, uma vez que acerta as previsões apesar de dispor de menos informações.

O argumento que estamos a analisar mostra que alguns argumentos só são compreendidos quando conhecemos e consideramos o contexto dos mesmos. De facto, a análise do contexto capacita-nos a julgar mais correctamente os raciocínios desenvolvidos (Walton, Reed e Macagno 2008).

A segunda forma de avaliar os argumentos é considerar o conteúdo implícito dos mesmos. Esta consideração é fundamental pois o discurso político eleitoral tem uma natureza entimemática. Entimemas são, tradicionalmente, “Arguments that have missing (unstated) premises or conclusions” (Walton, Reed e Macagno:189).

Alguns entimemas só podem ser reconstruídos se forem considerados raciocínios anuláveis. Nestes casos, esta reconstrução é realizada através dos esquemas argumentativos. Eles permitem a reconstrução de argumentos, com a inclusão das respetivas premissas e conclusões implícitas, pois apresentam estruturas teóricas definidas (Walton 2008). Estas cumprem o propósito de incluir o conteúdo implícito uma vez que quando se encaixa determinado argumento observado empiricamente numa estrutura definida é mais fácil reconstruir esse conteúdo (Bigi e Morasso 2012).

²⁴ Contexto é o conjunto de frases que antecedem e sucedem o argumento que estamos a analisar, e que a ele se vinculam tematicamente.

A consideração do conteúdo implícito torna o nosso conhecimento sobre os argumentos mais completo. As premissas implícitas estabelecem elos lógicos entre proposições explícitas, enquanto as conclusões implícitas revelam o que o argumentador defende. Desta forma, a incorporação que os esquemas argumentativos permitem fazer do conteúdo implícito torna mais fácil avaliar, por um lado, se os argumentos são ou não falaciosos e, por outro, se são razoáveis.

Empiricamente, é através da análise do contexto que percebemos as premissas e conclusões implícitas dos argumentos. No exemplo que estamos a abordar, se não tivéssemos em conta o conteúdo implícito não entenderíamos qual era a proposição²⁵ defendida por Passos Coelho, pelo que a nossa compreensão sobre a afirmação citada seria fraca. Além disto, conheceríamos as suas premissas, mas não o seu ponto de vista, e, como sem conclusão não existe argumento, não poderíamos sequer considerar que estávamos perante um argumento.

Uma terceira forma mediante a qual um modelo analítico baseado nos esquemas argumentos permite avaliar os argumentos é o uso das questões críticas que estão associadas às estruturas teóricas daqueles. Estas tornam possível abordar criticamente as presunções²⁶ nas quais os argumentos anuláveis se baseiam.

Através desta abordagem crítica ou a crença na veracidade das proposições se reforça, ou a falsidade das mesmas fica demonstrada. Desta forma, as questões críticas revelam-se um meio adequado para avaliar a força dos argumentos.

No exemplo supracitado estamos perante um argumento que encaixa no esquema argumentativo para argumento baseado no indício. Por isso, a avaliação do argumento é feita através da análise das respostas às questões críticas estipuladas para esse tipo de esquema argumentativo:

QC1: Qual é a força da correlação do uso do fundo de pensões da PT com o conhecimento de que a meta do défice que tinha sido estabelecida não ia ser cumprida?

QC2: Há outros eventos que poderiam, de forma mais confiável, ser a explicação para o uso do fundo de pensões da PT?

²⁵ Uma proposição é uma afirmação declarativa e assertiva “that is true or false” (Walton 2006:8).

²⁶ Presunção é a crença que determinada proposição é verdadeira, dado não existir evidências suficientes para provar que ela é falsa (Walton 2006).

O argumento é tanto mais forte quanto mais forte for a correlação, em relação à primeira questão, e quanto menos eventos forem apresentados, em relação à segunda questão.

Esquemas Argumentativos, Apelos às Emoções e Categorias de Esquemas Argumentativos

O nosso modelo analítico inclui os esquemas argumentativos, os apelos às emoções e as categorias de esquemas argumentativos. No entanto, denominamo-lo de modelo analítico dos esquemas argumentativos por duas razões: em primeiro lugar, para o podermos referir de forma breve; em segundo lugar, porque eles são a base do modelo. Os apelos emotivos servem de complemento, para que a análise empírica possa ser mais completa, e as categorias de esquemas argumentativos derivam deles.

Os esquemas argumentativos são as estruturas de raciocínio teóricas que subjazem aos argumentos e que evidenciam as suas premissas e conclusões – implícitas e explícitas. Eles são definidos como padrões estereotipados de raciocínio argumentativo (Hansen e Walton 2013), e são usados em diversos contextos nos quais existe argumentação: políticos, científicos, empresariais, entre outros. Walton (2006:84) destaca ainda que esses padrões englobam, além destes contextos específicos, a argumentação utilizada no quotidiano: “they (argumentation schemes) represent many common types of argumentation that are familiar in everyday conversations”.

No que aos esquemas argumentativos concerne, o nosso objetivo é escolher aqueles que são mais usados no discurso político eleitoral. Para tal, observámos o estudo de Hansen e Walton (2013), por ser o único trabalho por nós conhecido que aplica os esquemas argumentativos ao estudo empírico do discurso político eleitoral. Utilizamos, assim, os esquemas argumentativos que foram atribuídos a mais de um argumento – segundo o quadro nº3 apresentado por Hansen e Walton (2013). Decidimos excluir os que só ocorrem uma vez, para que a lista não fique demasiado extensa.

De notar que a análise empírica deste autor confirma a credibilidade de algumas das ideias que defendemos em capítulos anteriores. Por exemplo, mencionámos que a personalização eleitoral é uma tendência em muitas democracias contemporâneas, o que

é confirmado pela inclusão, por exemplo, do esquema argumentativo para argumento *ad hominem* direto.

Segue abaixo os esquemas argumentativos que serão utilizados na nossa análise empírica:

- Esquema argumentativo para argumento baseado no raciocínio prático
- Esquema argumentativo para argumento baseado na justiça
- Esquema argumentativo para argumento baseado nas prioridades trocadas
- Esquema argumentativo para argumento baseado nas consequências negativas
- Esquema argumentativo para argumento baseado nas consequências positivas
- Esquema argumentativo para argumento baseado no indício
- Esquema argumentativo para argumento *ad hominem* direto
- Esquema argumentativo para argumento *ad hominem* circunstancial
- Esquema argumentativo para argumento baseado na opinião popular
- Esquema argumentativo para argumento baseado no compromisso
- Esquema argumentativo para argumento baseado no compromisso inconsistente
- Esquema argumentativo para argumento baseado na analogia
- Esquema argumentativo para argumento baseado na posição para saber
- Esquema argumentativo para argumento baseado na classificação verbal

Apesar de serem utilizados por Hansen e Walton (2013), os esquemas argumentativos para argumentos baseados na autoridade, na explicação e nos valores não são considerados por nós, pois os autores não expõem nenhum exemplo prático destes argumentos. Como não existe essa exposição, optámos por não usar esses argumentos e, consequentemente, por não criar uma estrutura teórica para os mesmos, sob pena de adultermos o pensamento dos autores.

Além dos esquemas argumentativos já apresentados, acrescentamos alguns que julgamos serem importantes em estudos no âmbito do discurso político eleitoral. Esta escolha tem por base um trabalho, realizado no âmbito de uma unidade curricular de mestrado, em que se observou empiricamente que os seguintes esquemas argumentativos são usados:

- Esquema argumentativo para argumento baseado na prática popular
- Esquema argumentativo para argumento baseado na opinião de um especialista

Visto que o apelo às emoções é uma parte importante do discurso político eleitoral (Walton 2008), consideramos argumentos que apelam às emoções²⁷. Baseados no que Ben-Ze'ev (2001) nos diz sobre cada uma, apresentamos uma estrutura teórica, criada por nós, para cada caso. Julgamos que a mesma facilitará a análise empírica e tornará mais fácil justificar o porquê de considerarmos determinados argumentos como apelos emotivos, uma vez que encaixaremos o conteúdo desses argumentos nessas estruturas teóricas.

De notar que na análise empírica dos apelos às emoções não faremos, como nos esquemas argumentativos, uma distinção entre proposições explícitas e implícitas. Esta opção deve-se ao facto de o raciocínio inerente aos apelos emotivos já ser intrinsecamente implícito. Nenhum argumentador demonstra de forma explícita que está a tentar procurar no auditório uma determinada reação emotiva, pelo que os apelos às emoções estão, por norma, subjacentes ao discurso.

Feita esta ressalva, apresentamos agora os apelos às emoções que consideramos no nosso estudo:

- 1) Apelo à raiva: estabelece que fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau carácter. Começa a analisar ações e termina a atacar o carácter.

Premissa: *x* faz coisas más e injustas.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau carácter.

Conclusão: *x* tem mau carácter.

²⁷ Como existem muitas emoções, não podemos considerar todas. O critério de seleção das emoções a estudar é a consideração de particularidades do nosso objeto de estudo: o discurso político eleitoral. Segundo Walton (2006), em contexto eleitoral é muito usual um candidato atacar outro. Por isso, estudamos emoções que pretendem que o auditório forme uma má opinião sobre determinada(s) pessoa(s). Essas emoções seguem o princípio de que "when you are bad, I am mad" (Ben-Ze'ev 2001:379): raiva, ódio, aversão e desprezo (Ben-Ze'ev 2001). Outra particularidade do nosso objeto de estudo é que quem argumenta pode optar por emoções como a pena. Segundo Hamblin (1970:43), na comunicação política "A proposition is presented primarily as a guide to action and, where action is concerned, it is not so clear that pity and other emotions are irrelevant". Como esta emoção é destacada, incluímo-la. Decidimos ainda considerar a compaixão por esta ser encaixada na mesma categoria daquela: emoções que pretendem que o auditório fique mal por alguém estar mal (Ben-Ze'ev 2001).

- 2) Apelo ao ódio: estabelece uma relação de causa-efeito entre ter mau caráter e fazer coisas más e injustas. A ideia é que o mau caráter é uma causa suficiente para que se façam coisas más e injustas.

Premissa: x tem mau caráter.

Premissa: Ter mau caráter é a causa de se fazerem coisas más e injustas.

Conclusão: x faz coisas más e injustas.

- 3) Apelo à aversão: estabelece uma consequência para uma situação em que existe algo que pode contaminar as pessoas: estas devem agir de forma a não ter qualquer tipo de relação com o que contamina.

Premissa: x pode contaminar.

Conclusão: Portanto, não se deve ter qualquer tipo de relação com x .

- 4) Apelo ao desprezo: estabelece duas consequências para uma situação de desigualdade entre duas pessoas: a primeira é que deve dar-se importância ao superior; a segunda é que deve ignorar-se o inferior.

Premissa: x é inferior a y .

Conclusão: Portanto, deve dar-se importância a y .

Conclusão: Portanto, deve ignorar-se x .

- 5) Apelo à pena: estabelece um raciocínio prático assente no objetivo de não existir ninguém em situação de infortúnio²⁸. Como num caso concreto alguém está nessa situação, conclui-se que a mesma não devia ocorrer. Apesar disso, não se faz nada para alterar essa situação, ou porque não é obrigatório, ou porque não há capacidade para isso.

Premissa: Ninguém deve estar numa situação de infortúnio.

Premissa: x está numa situação de infortúnio.

²⁸ Como este conceito é fundamental na exposição dos apelos à pena e à compaixão, optámos por traduzir de forma literal a expressão empregue por Ben-Ze'ev (2001:327): "misfortune".

Conclusão: Portanto, x não devia estar na situação de infortúnio em que está.

- 6) Apelo à compaixão: estabelece um raciocínio prático assente no objetivo de ajudar quem está numa situação de infortúnio. Como alguém está nessa situação, deve fazer-se algo para a alterar.

Premissa: Deve ajudar-se quem está numa situação de infortúnio.

Premissa: x está numa situação de infortúnio.

Conclusão: Portanto, deve fazer-se algo para ajudar x .

Procuramos também classificar os esquemas argumentativos em categorias mais amplas. Fundamentamos a criação deste conceito – categorias de esquemas argumentativos – na ideia de que “the major premise tells us how he (the reasoner) is thinking about the world” (Weaver in Hansen e Walton 2013:243). A função da premissa maior²⁹ é demonstrar o ponto de partida dos atores na construção dos seus argumentos.

Desta forma, agrupamos e distinguimos os esquemas argumentativos através das suas premissas maiores³⁰. Usamos as seguintes categorias:

1) Esquemas argumentativos baseados no juízo de valor.

Nestes a premissa maior serve para apresentar opiniões. Inclui argumento baseado nas prioridades trocadas, argumento *ad hominem* direto, argumento baseado na classificação verbal e argumento baseado na analogia.

²⁹ Premissa maior é a premissa que surge em primeiro lugar num esquema argumentativo.

³⁰ É verdade que as premissas maiores dos esquemas argumentativos ainda não foram apresentadas. No entanto, optamos por expor desde já, não só as categorias de esquemas argumentativos que consideramos, mas também os esquemas argumentativos que fazem parte de cada uma. Duas razões suportam esta opção: em primeiro lugar, pretendemos apresentar de forma sistemática os três elementos que constituem o nosso modelo analítico, e para isso importa referir as categorias de esquemas argumentativos neste ponto; em segundo lugar, a apresentação destas pode facilitar a compreensão dos esquemas argumentativos – cuja tradução é apresentada a seguir – na medida em que estas categorias criam relações lógicas entre eles.

2) Esquemas argumentativos baseados na autoridade.

Nestes a premissa maior serve para apresentar a fonte de autoridade. Inclui argumento baseado na posição para saber, argumento baseado na opinião de um especialista, argumento baseado na prática popular e argumento baseado na opinião popular.

3) Esquemas argumentativos baseados no pragmatismo.

Nestes a premissa maior serve para apresentar consequências. Inclui argumento baseado no raciocínio prático, argumento baseado nas consequências negativas, argumento baseado nas consequências positivas e argumento baseado na justiça.

4) Esquemas argumentativos baseados no compromisso.

Nestes a premissa maior serve para apresentar um compromisso com determinada proposição. Inclui argumento baseado no indício, argumento baseado no compromisso, argumento baseado no compromisso inconsistente e argumento *ad hominem* circunstancial.

Os argumentos que apelam às emoções não estão incluídos nas categorias de esquemas argumentativos por três razões. Em primeiro lugar, estas categorias focam as estruturas teóricas dos argumentos, enquanto os apelos emotivos destacam os objetivos que os argumentadores têm em vista – isto é, qual a reação emotiva que estão a tentar despertar. Desta forma, não nos parece adequado aplicar o critério que distingue as categorias de esquemas argumentativos – o ponto de partida dos atores na construção dos seus argumentos – nos apelos às emoções.

Em segundo lugar, apenas consideramos seis apelos emotivos, pelo que, mesmo se quiséssemos criar categorias que distinguissem os apelos entre si, seria difícil estabelecer critérios relevantes. Por isso, mesmo que a primeira razão fosse considerada insuficiente e, conseqüentemente, se optasse por incluir os apelos às emoções nas categorias, as conclusões a que a distinção entre eles nos permitiriam chegar seriam bastante limitadas, pois utilizamos poucos apelos emotivos. Assim, seriam poucas as categorias a ser criadas, e cada uma incluiria poucos apelos às emoções.

Em terceiro lugar, se optássemos por contabilizar todos os apelos emotivos numa só categoria, então não existiria diferença entre esta informação e a que será apresentada, na análise empírica, em outros quadros. Estaríamos, então, perante uma repetição irrelevante.

Tradução dos Esquemas Argumentativos³¹

Na maior parte dos casos, os esquemas argumentativos e as questões críticas são traduzidos a partir da obra de Walton, Reed e Macagno (2008). Em casos específicos, o estudo de Hansen e Walton (2013) será o utilizado. Quando tal suceder, essa exceção estará apresentada em nota de rodapé.

Hansen e Walton (2013) usam os esquemas argumentativos apresentados por Walton (2006). No entanto, cremos que a obra que utilizamos (Walton, Reed e Macagno 2008) é mais completa, uma vez que a mesma pretende sistematizar o tratamento que foi feito anteriormente sobre esta temática. Desta forma, abarca a informação da obra de Walton (2006), a qual é a usada por Hansen e Walton (2013).

Visto que os esquemas argumentativos são estruturas de raciocínio teóricas, usamos letras, formatadas em itálico, para descrever alguns elementos teóricos, o que também é feito pelos autores que traduzimos (Walton, Reed e Macagno 2008; Hansen e Walton 2013). Os argumentos observados empiricamente encaixam nos esquemas argumentativos substituindo-se esses elementos teóricos pelo conteúdo específico de

³¹ Traduzir implica debatermo-nos com o dilema de, por um lado, desejarmos ser o mais literais possíveis e, por outro, ambicionarmos escrever de modo a possibilitar uma leitura fluída, de forma a facilitar a compreensão dos leitores. No âmbito da dissertação, optamos por fazer uma tradução mais literal. É verdade que desta forma corremos o risco de prejudicar a fluidez da leitura. Todavia, como é a primeira tradução dos esquemas argumentativos para português, cremos ser preferível abdicar destes aspetos e favorecer a lealdade às intenções expressas pelos autores na língua original – a inglesa. Tal opinião deve-se ao risco de, num esforço de parafrasear, podermos eventualmente nos afastar da intenção que na língua original os autores pretendem transmitir. Além disso, procuramos garantir que não estamos a mudar ou a abdicar de algum termo que seja crucial do ponto de vista científico para a exposição e compreensão dos esquemas argumentativos. O desejo de evitar essa situação contribui também para a opção por uma tradução mais literal das palavras, para que o sentido pretendido pelos autores não se esbata numa mera tradução da ideia. Esperamos que a nossa tradução seja um ponto de partida, e não de chegada. O nosso objetivo não é que ela seja a tradução última dos esquemas argumentativos para o português. No invés, desejamos que a mesma sirva de base para debates e aperfeiçoamentos que permitam, futuramente, ter uma tradução que seja leal às intenções dos autores e que, em simultâneo, esteja escrita numa linguagem acessível e fluída do ponto de vista da língua portuguesa. Não quer isto dizer que, em casos pontuais, não façamos uma tradução mais livre – o supracitado é um princípio geral de acção, e não uma regra rígida. Não obstante, temos o cuidado de só o fazer quando temos a certeza de que essa acção não prejudica o sentido que os autores querem dar aos esquemas argumentativos.

cada argumento. Para referir os sujeitos das frases são utilizadas letras minúsculas; para argumentos, o símbolo α ; para o restante dos elementos teóricos, letras maiúsculas.

De notar ainda que na apresentação dos esquemas argumentativos consideramos as questões críticas que a eles estão associadas. Estas são importantes uma vez que o seu conteúdo reforça o raciocínio inerente ao argumento: “(...) the propositional content of the critical questions forms necessary assumptions if the argument scheme is to successfully carry the burden of proof” (Walton, Reed e Macagno 2008:17).

As questões críticas são relevantes na avaliação dos argumentos pois permitem avaliar, através das respostas que a elas são dadas, se os argumentos são fortes ou fracos (Walton, Reed e Macagno 2008; Hansen e Walton 2013). Um argumento forte é aquele em que se responde de forma satisfatória e concordante ao argumento. Um argumento fraco é aquele cujas questões críticas exibem as lacunas do argumento.

Feitas estas ressalvas, apresentemos os esquemas argumentativos que usaremos empiricamente:

1) Esquema argumentativo para argumento baseado no raciocínio prático³²

Premissa Maior: Eu tenho o objetivo G .

Premissa Menor: Executar esta ação A é um meio para alcançar G .

Conclusão: Portanto, eu devo (falando de forma prática) executar esta acção A .

Questões Críticas:

QC1: Que outros objetivos que eu tenho e que podem entrar em conflito com G devem ser considerados?

QC2: Que ações alternativas à minha produção de A que produziriam também G devem ser consideradas?

QC3: Entre a produção de A e estas ações alternativas, qual é indiscutivelmente a mais eficiente?

³² De acordo com Walton, Reed e Macagno (2008), este esquema argumentativo tem seis variantes. Destas, usamos a denominada por “practical inference” (Walton, Reed e Macagno 2008:323), pois esta é a considerada no estudo de Hansen e Walton (2013), o qual nos indica os esquemas argumentativos mais utilizados na prática política.

QC4: Que fundamentos existem para argumentar que me é possível do ponto de vista prático produzir A?

QC5: Que consequências da minha produção de A devem também ser tomadas em consideração?

2) Esquema argumentativo para argumento baseado na justiça³³

Premissa: A execução de A inclui (exclui) um número considerável de beneficiários.

Conclusão: Portanto, A é justo (injusto).

Questões Críticas:

QC1: Quão forte é a probabilidade de um número considerável de beneficiários serem incluídos (excluídos)?

QC2: Que evidência suporta a declaração de que A irá realmente incluir (excluir) um número considerável de beneficiários, e é ela suficiente para suportar a força da declaração adequadamente?

QC3: Que ações alternativas à minha produção de A que incluiriam um número maior (não excluiriam um número tão grande) de beneficiários devem ser consideradas?

QC4: Porque é que a inclusão (exclusão) é justa (injusta)?

3) Esquema argumentativo para argumento baseado nas prioridades trocadas³⁴

Premissa das Prioridades Certas: A deve ser prioritário a B.

Premissa das Prioridades Erradas: a coloca B como prioritário em relação a A.

Conclusão: a tem as prioridades trocadas.

Questões Críticas:

³³ Este argumento é apresentado por Hansen e Walton (2013), embora estes autores não apresentem uma estrutura teórica para o mesmo. Desta forma, e visto que pretendemos que este esquema argumentativo seja exposto em formato similar aos restantes, iremos criar, mediante as informações dadas por Hansen e Walton (2013), o esquema argumentativo para argumento baseado na justiça, bem como as questões críticas associadas.

³⁴ Este argumento é apresentado por Hansen e Walton (2013), embora estes autores não apresentem uma estrutura teórica para o mesmo. Desta forma, e visto que pretendemos que este esquema argumentativo seja exposto em formato similar aos restantes, iremos criar, mediante as informações dadas por Hansen e Walton (2013), o esquema argumentativo para argumento baseado nas prioridades trocadas, bem como as questões críticas associadas.

QC1: Que evidência suporta a declaração de que *A* deve ser prioritário em relação a *B*?

QC2: Que evidência suporta a declaração de que *a* coloca *B* como prioritário em relação a *A*?

QC3: A priorização de *B* em relação a *A* feita por *a* foi propositada ou meramente contextual?

4) Esquema argumentativo para argumento baseado nas consequências negativas

Premissa: Se *A* é produzido, então sobrevirão más consequências.

Conclusão: Portanto, *A* não deve ser produzido.

*Questões Críticas*³⁵:

QC1: Quão forte é a probabilidade de as consequências citadas (possivelmente, necessariamente) sobrevirem?

QC2: Que evidência suporta a declaração de que as consequências citadas (possivelmente, necessariamente) sobrevirão, e é ela suficiente para suportar a força da declaração adequadamente?

QC3: Existem outras consequências opostas (más em oposição a boas, por exemplo) que devem ser tidas em conta?

5) Esquema argumentativo para argumento baseado nas consequências positivas

Premissa: Se *A* é produzido, plausivelmente sobrevirão boas consequências.

Conclusão: Portanto, *A* deve ser produzido.

6) Esquema argumentativo para argumento baseado no indício

Premissa Específica: *A* é verdadeiro nesta situação.

Premissa Geral: *B* é geralmente indicado como verdadeiro quando o seu indício, *A*, é verdadeiro.

³⁵ Estas são também as associadas ao esquema argumentativo para argumento baseado nas consequências positivas. Por essa razão, na apresentação deste não iremos expor novamente as questões críticas.

Conclusão: B é verdadeiro nesta situação.

Questões Críticas:

QC1: Qual é a força da correlação do indício com o evento assinalado?

QC2: Há outros eventos que poderiam, de forma mais confiável, ser a explicação para o indício?

7) Esquema argumentativo para argumento *ad hominem* direto

Premissa de Ataque ao Caráter: a é uma pessoa de mau caráter.

Conclusão: O argumento α de a não deve ser aceite.

Questões Críticas:

QC1: Até que ponto a alegação feita na premissa de ataque ao carácter está bem suportada por evidências?

QC2: A questão do carácter é relevante no tipo de diálogo no qual o argumento foi usado?

QC3: A conclusão do argumento é que α deve ser (absolutamente) rejeitado, mesmo se outras evidências que suportem α forem apresentadas, ou a conclusão é apenas (a afirmação relativa) que α deve ser atribuído um peso reduzido de credibilidade como suporte de α , em relação ao conjunto total de evidências disponíveis?

8) Esquema argumentativo para argumento *ad hominem* circunstancial

Premissa do Argumento: a advoga o argumento α , o qual tem a proposição A como conclusão.

Premissa do Compromisso Inconsistente: a está pessoalmente comprometido com o oposto (negação) de A , o que é provado por compromissos expressos nas ações pessoais ou circunstâncias pessoais que exprimem tais compromissos.

Premissa do Questionamento da Credibilidade: A credibilidade de a como pessoa sincera que acredita nos seus próprios argumentos tem sido posta em causa (pelas duas premissas supracitadas).

Conclusão: A plausibilidade do argumento α de a está diminuída ou destruída.

Questões Críticas:

QC1: Existe um par de compromissos que podem ser identificados, mostrados por evidências que são compromissos de a , e usados para mostrar que a é inconsistente na prática?

QC2: Logo que a inconsistência prática que é o foco do ataque é identificada, poderia ela ser resolvida ou explicada através de mais diálogo, preservando assim a consistência dos compromissos do argumentador no diálogo, ou mostrando que o compromisso inconsistente de a não suporta a declaração de que falta credibilidade a a ?

QC3: O caráter é um assunto no diálogo, e mais especificamente, o argumento de a depende da credibilidade da pessoa que o expõe?

QC4: A conclusão é a declaração mais fraca de que a credibilidade de a pode ser questionada ou a declaração mais forte de que a conclusão de a é falsa?

9) Esquema argumentativo para argumento baseado na opinião popular

Premissa da Aceitação Geral: A é geralmente aceite como verdadeiro.

Premissa da Presunção: Se A é geralmente aceite como verdadeiro, isso dá uma razão em favor de A .

Conclusão: Existe uma razão em favor de A .

Questões Críticas:

QC1: Que evidência como uma votação ou um apelo ao senso comum, suporta a declaração de que A é geralmente aceite como verdadeiro?

QC2: Mesmo se A é geralmente aceite como verdadeiro, existem algumas boas razões para duvidar que é verdadeiro?

10) Esquema argumentativo para argumento baseado no compromisso³⁶

Premissa da Evidência do Compromisso: Neste caso foi mostrado que *a* está comprometido com a proposição *A*, segundo a evidência do que ele disse ou fez.

Premissa de Acoplamento de Compromissos: Geralmente, quando um argumentador está comprometido com *A*, pode ser inferido que ele está também comprometido com *B*.

Conclusão: Neste caso, *a* está comprometido com *B*.

Questões Críticas:

QC1: Que evidência no caso suporta a declaração de que *a* está comprometido com *A*, e inclui ela evidência contrária, indicando que *a* pode não estar comprometido com *A*?

QC2: Existe espaço para questionar se existe uma exceção neste caso à regra geral de que compromisso com *A* implica compromisso com *B*?

11) Esquema argumentativo para argumento baseado no compromisso inconsistente

Premissa do Compromisso Inicial: *a* tem declarado ou indicado que ele está comprometido com a proposição *A* (geralmente, ou em virtude do que ele tem dito no passado).

Premissa do Compromisso Oposto: Outra evidência neste caso particular mostra que *a* não está realmente comprometido com *A*.

Conclusão: Os compromissos de *a* são inconsistentes.

Questões Críticas:

QC1: Qual é a evidência que supostamente mostra que *a* está comprometido com *A*?

QC2: Que evidência adicional neste caso é alegada para mostrar que *a* não está comprometido com *A*?

QC3: Como é que a evidência da premissa 1 e premissa 2 prova que existe um conflito de compromissos?

³⁶ Walton, Reed e Macagno (2008) apresentam duas versões para este argumento. Nós escolhemos o esquema argumentativo que é denominado de “Version 1” (Walton, Reed e Macagno 2008:335), pois é aquele que é considerado no estudo de Hansen e Walton (2013), o qual nos indica os esquemas argumentativos mais utilizados na prática política.

12) Esquema argumentativo para argumento baseado na analogia

Premissa de Similaridade: Geralmente, o caso $C1$ é similar ao caso $C2$.

Premissa de Base: A é verdadeiro (falso) no caso $C1$.

Conclusão: A é verdadeiro (falso) no caso $C2$.

Questões Críticas:

QC1: Existem, entre $C1$ e $C2$, diferenças que tendam a enfraquecer a força da similaridade citada?

QC2: A é verdadeiro (falso) em $C1$?

QC3: Existe algum outro caso $C3$ que seja também similar a $C1$, embora nele A seja verdadeiro (falso)?

13) Esquema argumentativo para argumento baseado na posição para saber

Premissa Maior: Fonte a está em posição para saber sobre coisas num determinado assunto S que contém a proposição A .

Premissa Menor: a afirma que A é verdadeira (falsa).

Conclusão: A é verdadeira (falsa).

Questões Críticas:

QC1: a está em posição para saber se A é verdadeira (falsa)?

QC2: a é uma fonte honesta (fidedigna, confiável)?

QC3: a afirmou que A é verdadeira (falsa)?

14) Esquema argumentativo para argumento baseado na classificação verbal

Premissa Individual: a tem a característica F .

Premissa Classificatória: Para todo o x , se x tem a característica F , então x pode ser classificado como tendo a característica G .

Conclusão: a tem a característica G .

Questões Críticas:

QC1: Que evidência existe para provar de forma definitiva que a tem a característica F , em oposição a evidências que indicam haver espaço para dúvidas sobre essa classificação?

QC2: A classificação verbal na premissa classificatória é baseada meramente numa presunção sobre o uso da palavra que está sujeita a dúvidas?

15) Esquema argumentativo para argumento baseado na prática popular

Premissa Maior: A é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados com o que é e não é aceitável em relação a A .

Premissa Menor: Mesmo se A é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados com o que é e não é aceitável em relação a A , isto dá uma razão para pensar que A é aceitável.

Conclusão: Portanto, A é aceitável neste caso.

Questões críticas:

QC1: Que ações ou outros indicadores mostram que uma grande maioria aceita A ?

QC2: Mesmo se a grande maioria aceita A como verdade, que motivos existem para pensarmos que a sua aceitação de A é justificada?

16) Esquema argumentativo para argumento baseado na opinião de um especialista

Premissa Maior: Fonte E é um especialista no assunto S que contém a proposição A .

Premissa Menor: E afirma que a proposição A é verdadeira (falsa).

Conclusão: A é verdadeira (falsa).

Questões Críticas:

QC1: *Questão da Especialidade:* Qual é a credibilidade de E enquanto fonte especialista?

QC2: *Questão da Área:* E é um especialista na área que inclui A ?

QC3: *Questão da Opinião:* O que é que E afirmou que implique A ?

QC4: *Questão da Fidedignidade:* E é pessoalmente confiável enquanto fonte?

QC5: *Questão da Consistência*: A é consistente com o que outros especialistas dizem?

QC6: *Questão do Apoio nas Evidências*: A afirmação de E baseia-se em evidências?

Hipóteses

Os resultados do nosso estudo devem ser comparados com os de Hansen e Walton (2013), pois estes investigadores utilizam, como nós, um modelo analítico baseado nos esquemas argumentativos para se debruçarem sobre o discurso político eleitoral. Por essa razão, importa observarmos as suas conclusões para, com base nelas, formularmos hipóteses de trabalho.

Como estudamos dois candidatos, a hipótese central da presente dissertação deve estabelecer uma distinção entre eles. Desta forma, precisamos olhar para as diferenças que Hansen e Walton (2013) apresentam.

Não obstante o nosso intento, este estudo revela bastantes semelhanças entre os três partidos abordados – o *Progressive Canadian* (PC), de centro-direita, o *Liberal Party of Canada* (LPC) e o *New Democratic Party* (NDP), ambos de centro-esquerda. Ainda assim, olhemos para a principal diferença que os resultados de Hansen e Walton (2013) nos permitem observar – a qual distingue o partido de centro-direita dos de centro-esquerda: NDP e LPC utilizam mais, numa perspetiva comparada com os outros indicadores da mesma variável, o argumento baseado no raciocínio prático do que o PC. Este argumento ocupa, respetivamente, o primeiro e segundo lugar na contabilização dos esquemas argumentativos; ao invés, ele ocupa o terceiro lugar, em igualdade com outro argumento, no caso do PC. Esta diferença é mais notória se olharmos para os valores percentuais *per se*. O argumento baseado no raciocínio prático tem uma utilização de 15,8% por parte do LPC e de 19,1% por parte do NDP. No caso do PC, esse valor é de 11,4%.

Tendo em conta esta diferença, distinguimos Passos Coelho e Sócrates mediante as posições ocupadas pelos seus partidos no espectro político: centro-direita e centro-esquerda, respetivamente (Jalali 2007). Desta forma, e em consonância com o supracitado, estabelecemos a seguinte hipótese como a central no nosso estudo: o argumento baseado no raciocínio prático ocupa, em relação aos outros indicadores da mesma variável, uma posição mais relevante na argumentação de Sócrates do que na argumentação de Passos Coelho.

Além desta hipótese principal, que se destina a distinguir os dois atores, pretendemos apresentar duas outras hipóteses, as quais consideram o que é comum às estratégias argumentativas dos vários candidatos. Elas baseiam-se nos resultados totais de Hansen e Walton (2013), os quais não diferenciam os diferentes partidos. Essas hipóteses pretendem perceber se existe – e, em caso afirmativo, o que existe – em comum aos vários candidatos e contextos nacionais.

Em primeiro lugar, o quadro nº 3 (Hansen e Walton 2013), que soma os resultados dos três partidos que estes investigadores consideram, revela que o argumento baseado nas consequências negativas é o mais usado. À luz disto, formulamos a seguinte hipótese: as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates têm em comum o uso privilegiado do argumento baseado nas consequências negativas.

Em segundo lugar, esse mesmo quadro – o nº 3 (Hansen e Walton 2013) – mostra que os três esquemas argumentativos mais usados pertencem à categoria de esquemas argumentativos baseados no pragmatismo³⁷. Desta forma, estipulamos a hipótese de que as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates têm em comum o uso privilegiado dos esquemas argumentativos baseados no pragmatismo.

Em relação aos meios de comunicação de massa, já notámos que da comparação entre televisão e imprensa destaca-se o facto de esta, por um lado, privilegiar a reflexão (Espírito Santo 2008) e de, por outro, ela dirigir-se a indivíduos com níveis de escolaridade mais elevados (Magalhães 2009). Ora, os esquemas argumentativos dirigem-se essencialmente à razão, enquanto os apelos emotivos procuram despertar, como o próprio nome indica, emoções. Por isso, a nossa hipótese ao relação aos *media* é que na imprensa a utilização percentual dos esquemas argumentativos é superior à que se observa nos debates televisivos. Por consequência, a utilização dos apelos emotivos será superior nestes.

Para finalizar, devemos notar que não formulamos nenhuma hipótese em relação aos apelos às emoções, o que é justificado pelo facto de não termos nenhum estudo que nos possa servir de base a essa mesma formulação. Além disso, também não temos, a nível teórico, nenhuma informação que nos permita criar hipóteses. Apesar disto,

³⁷ Não obstante Hansen e Walton (2013) não utilizarem esta variável – categorias de esquemas argumentativos –, eles consideram os esquemas argumentativos que dele fazem parte, pelo que julgamos proveitoso e coerente utilizar a variável que criámos para analisar os resultados do estudo de Hansen e Walton (2013).

optamos por incorporar esta variável, pois julgamos que a mesma enriquece a análise das estratégias argumentativas no discurso político eleitoral. Talvez se possa, a partir das conclusões da nossa dissertação, formular hipóteses em trabalhos posteriores.

CAPÍTULO V

ANÁLISE EMPÍRICA

A análise empírica dos debates televisivos e das entrevistas à imprensa é feita qualitativamente, não obstante os seus resultados serem apresentados em forma quantitativa.

Como já foi referido, o nosso modelo analítico provém da lógica informal, razão pela qual se debruça sobre conteúdos. Tal acarreta uma análise necessariamente qualitativa: cada argumento é analisado individualmente, e só depois desta etapa complexa e morosa cada um deles é inserido na estrutura teórica adequada. Estas estruturas não se distinguem por informações de âmbito quantitativo, mas qualitativo – pois o critério distintivo é o padrão de raciocínio por detrás do argumento, no caso dos esquemas argumentativos e respetivas categorias, ou a emoção que se procura despertar com o argumento, no caso dos apelos emotivos.

Após a análise qualitativa, segue-se a sistematização quantitativa, a qual é feita em quadros³⁸. Estas apresentam o número de argumentos que encaixam nas diversas estruturas teóricas. Para cada unidade de análise – debate ou entrevista – e para cada ator são apresentados quatro quadros. O primeiro expõe quantos argumentos encaixam nos esquemas argumentativos e nos apelos às emoções. O segundo explora os argumentos que encaixam nos esquemas argumentativos. Tal é feito através da contabilização dos argumentos que encaixam em cada uma das respetivas estruturas teóricas. O terceiro quadro aprofunda os argumentos que foram analisados como apelos às emoções, pois divide-os pelos diferentes tipos de apelos emotivos. Por fim, o quarto quadro refere-se às categorias de esquemas argumentativos. Através do uso do segundo quadro, somamos os vários esquemas argumentativos de acordo com as categorias às quais eles pertencem. Quando tal for concluído, podemos apresentar a respetiva informação quantitativa.

Os quadros servirão como base do capítulo seguinte, pois a descrição das estratégias argumentativas de cada um dos atores estudados resultará da sistematização quantitativa da informação aqui apresentada. Analisaremos a frequência com que os esquemas argumentativos e os apelos às emoções são utilizados, o(s) padrão(ões) de raciocínio mais comum(ns), o(s) apelo(s) emotivo(s) que mais vezes é(são) feitos e o(s)

³⁸ Os indicadores que não têm uma frequência absoluta mínima de um não figuram nos quadros.

ponto(s) de partida mais usado(s) na construção dos argumentos que encaixam nos esquemas argumentativos.

Iniciamos o presente capítulo com a abordagem ao debate entre Passos Coelho e Sócrates. De seguida, expomos os debates de ambos³⁹, que são apresentados pela ordem cronológica da sua ocorrência. Para finalizar este capítulo, referimos as entrevistas. Tal como nos debates, e seguindo a mesma aleatoriedade, a entrevista a Passos Coelho aparece em primeiro lugar.

No debate entre Passos Coelho e Sócrates apresentamos ao pormenor a forma como fazemos a análise empírica, pois o modelo analítico que seguimos nunca foi usado em Ciência Política, e por isso cremos ser importante mostrar como o mesmo deve ser utilizado empiricamente. Devemos ter em conta que separamos a abordagem aos esquemas argumentativos da abordagem aos apelos às emoções, e que em cada uma destas partes a apresentação da análise empírica é feita cronologicamente. De notar ainda que em cada uma das partes, e para cada ator, o primeiro argumento é analisado de forma diferente: citamos, em primeiro lugar, o que foi dito pelo argumentador, e, só depois, expomos a análise dos argumentos, para exemplificarmos como a análise empírica dos argumentos é feita.

Nos restantes debates e entrevistas já não nos é possível apresentar detalhadamente a análise empírica, devido ao número de páginas que tal exigiria. Por essa razão, limita-nos a exibir os quadros, as quais sumarizam o estudo realizado.

Não obstante a análise qualitativa ser feita, como é lógico, antes da apresentação quantitativa, no debate entre Passos Coelho e Sócrates – em que as duas partes são expostas – os quadros são apresentadas primariamente, para que exista uma similitude de apresentação em relação aos outros debates e entrevistas.

³⁹ Analisamos, em primeiro lugar, Passos Coelho e, em segundo, Sócrates. Devemos notar, todavia, que esta ordem é aleatória.

Debate entre Passos Coelho e José Sócrates⁴⁰

1. Argumentos de Passos Coelho

Quadro 5.1.1.⁴¹ Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	22	75,9
Apelos às Emoções	7	24,1
Total	29	100

Quadro 5.1.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	2	9,1
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	1	4,5
Para argumento baseado nas consequências positivas	1	4,5
Para argumento baseado no indício	5	22,7
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	1	4,5
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	1	4,5
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	3	13,6
Para argumento baseado na analogia	2	9,1
Para argumento baseado na posição para saber	2	9,1
Para argumento baseado na classificação verbal	1	4,5
Para argumento baseado na prática popular	1	4,5
Para argumento baseado na opinião de um especialista	2	9,1
Total	22	100

Quadro 5.1.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	2	28,6
Apelo ao ódio	2	28,6
Apelo à aversão	1	14,3
Apelo ao desprezo	1	14,3
Apelo à compaixão	1	14,3
Total	7	100

⁴⁰ Este debate foi transmitido pela RTP1 no dia 20 de Maio de 2011.

⁴¹ O primeiro número é o do capítulo; o segundo, o do sub-tópico; o terceiro, o do quadro. Seguimos este formato de numeração até ao fim da dissertação.

Quadro 5.1.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	5	22,7
Baseados na autoridade	5	22,7
Baseados no pragmatismo	3	13,6
Baseados no compromisso	9	40,9
Total	22	100

1.a. Análise Qualitativa dos Esquemas Argumentativos

03'02-03'38: argumento baseado na analogia

“Sabe que David Cameron, que é atual primeiro-ministro em Inglaterra, também nunca fez parte de nenhum governo, e, no entanto, existe uma forte expectativa sobre o desempenho que ele pode fazer como primeiro-ministro em Inglaterra. E é mais novo do que eu, de resto já agora para acrescentar a um tão badalado inconveniente que às vezes me apontam por ter 46 anos. Mas um outro primeiro-ministro inglês, desta feita Trabalhista – mais da área do Partido Socialista –, também foi primeiro-ministro em Inglaterra durante vários anos, o senhor Tony Blair, sem nunca ter pertencido ao governo inglês, portanto julgo que essa é uma falsa questão.”

Premissa de Similaridade: Os casos de David Cameron e de Tony Blair são similares ao de Passos Coelho.

Premissa de Base: David Cameron e Tony Blair desempenharam o cargo de primeiro-ministro apesar de nunca terem feito parte de governos anteriormente.

Conclusão: Questão de ter experiência governativa é uma falsa questão.

Conclusão (implícita): Não ter experiência governativa não é razão para não confiarem em Passos Coelho para o exercício do cargo de primeiro-ministro.

03'15-03'23: argumento baseado na analogia

Premissa de Similaridade: O caso de David Cameron é igual ao de Passos Coelho.

Premissa: David Cameron é, inclusivamente, mais novo que Passos Coelho.

Premissa de Base: Apesar de ser novo, David Cameron viu-lhe ser confiado o cargo de primeiro-ministro.

Conclusão: Ser novo não é um inconveniente na candidatura de Passos Coelho.

Conclusão: Ser novo não deve impedir Passos Coelho de ser primeiro-ministro.

04'03-05'49: argumento baseado no compromisso inconsistente

Premissa: Sócrates quis começar o debate por abordar o projeto de revisão constitucional do PSD em relação ao Estado Social.

Premissa do Compromisso Inicial (implícita): Sócrates apresenta-se no debate como comprometido com a manutenção do Estado Social.

Premissa: Sócrates é o primeiro-ministro da área socialista que mais prejudicou o Estado Social.

Premissa do Compromisso Oposto: O facto de Sócrates ter cortado os salários na função pública, reduzido as prestações sociais, elevado os custos de acesso à saúde, diminuído as comparticipações nos medicamentos e acabado com milhares de abonos de família mostra que Sócrates não está realmente comprometido com a manutenção do Estado Social.

Conclusão (implícita): O compromisso de Sócrates com o Estado social é inconsistente.

08'54-09'08: argumento baseado no indício

Premissa Específica: Passos Coelho mudou de opinião.

Premissa Geral: Mudar de opinião é um indício de que se é realista.

Conclusão (implícita): Passos Coelho é realista.

09'36-09'54: argumento baseado na prática popular

Premissa: A contraciclo do que se passou na maior parte da Europa, o governo de Sócrates não contraiu a despesa pública devidamente.

Premissa Maior (implícita): Contrair a despesa pública é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados com o que é e não é aceitável em relação à contração da despesa pública.

Premissa Menor (implícita): Se contrair a despesa pública é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados com o que é e não é aceitável em relação à contração da despesa pública, então existe uma razão para pensar que contrair a despesa pública é aceitável.

Conclusão (implícita): Portanto, contrair a despesa pública é aceitável neste caso.

Conclusão (implícita): A atuação do governo de Sócrates foi errada.

Conclusão (implícita): O governo de Sócrates é o principal responsável pela crise nacional.

Conclusão: O PSD tinha razão quando disse, em 2009, que o governo de Sócrates estava a proceder mal.

10'00-10'19: argumento baseado na opinião de um especialista

Premissa Maior (implícita): O chefe de missão do Fundo Monetário Internacional é um especialista na contração da despesa pública, assunto que permite avaliar a proposição “o governo não fez aquilo que devia ter feito em 2009 e 2010”.

Premissa Menor: O chefe de missão do Fundo Monetário Internacional afirma que a proposição “o governo não fez aquilo que devia ter feito em 2009 e 2010” é verdadeira.

Premissa Maior (implícita): Vítor Constâncio, ex-governador do Banco de Portugal, é um especialista na contração da despesa pública, assunto que permite avaliar a proposição “o governo não fez aquilo que devia ter feito em 2009 e 2010”.

Premissa Menor: Vítor Constâncio, ex-governador do Banco de Portugal, afirma que a proposição “o governo não fez aquilo que devia ter feito em 2009 e 2010” é verdadeira.

Conclusão: A proposição “O governo não fez aquilo que devia ter feito em 2009 e 2010” é verdadeira.

10'22-11'33: argumento baseado no compromisso inconsistente

Premissa do Compromisso Inicial: Sócrates declarou, em Fevereiro de 2010, que está comprometido com não aumentar os impostos e, em Junho de 2010, que está comprometido com não aumentar o IVA e não reduzir salários.

Premissa: Sócrates afirmou, em Setembro de 2010, que o seu governo iria reduzir os salários da função pública em 5% e aumentar a taxa normal do IVA de 21% para 23%.

Premissa do Compromisso Oposto (implícita): A redução dos salários da função pública em 5% e o aumento da taxa normal do IVA de 21% para 23% mostram que Sócrates não está realmente comprometido com não aumentar os impostos, não aumentar o IVA e não reduzir salários.

Conclusão (implícita): Os compromissos de Sócrates são inconsistentes.

18'12-18'33: argumento baseado nas consequências positivas

Premissa: Se se abrir às policlinicas e às cooperativas de profissionais os cuidados primários de saúde as pessoas terão acesso ao seu médico de família.

Conclusão: Portanto, deve-se abrir às policlinicas e às cooperativas de profissionais os cuidados primários de saúde.

23'14-24'42: argumento baseado no indício

Premissa Específica: Sócrates é incapaz de discutir as consequências da ação do seu próprio governo.

Premissa Geral (implícita): O facto de Sócrates ser incapaz de discutir as consequências da ação do seu próprio governo é um indício de que ele não tem o perfil certo para governar.

Conclusão (implícita): Sócrates não tem o perfil certo para governar.

Premissa (implícita): Se um chefe de governo não tem o perfil certo para governar, deve mudar-se de governo.

Conclusão: É necessário mudar de governo.

25'35-26'13: argumento baseado nas prioridades trocadas

Premissa das Prioridades Certas (implícita): Discutir a situação do país deve ser prioritário a discutir as propostas de revisão constitucional.

Premissa das Prioridades Erradas: Sócrates coloca a discussão das propostas de revisão constitucional como prioritária em relação à discussão da situação do país.

Conclusão (implícita): Sócrates tem as prioridades trocadas.

30'18-31'34: argumento *ad hominem* direto

Premissa: O PSD aprovou os PEC I, II e III.

Conclusão (implícita): A aprovação do PSD dos PEC I,II e III provam que o PSD não quer abrir crises políticas para chegar ao poder.

Premissa: Sócrates falhou na concretização dos PEC I, II e III.

Premissa: Sócrates e o seu governo nunca atingiram um objetivo a que se tivessem proposto.

Conclusão (implícita): A governação de Sócrates não é confiável.

Conclusão: Sócrates não admite os seus erros.

Conclusão (implícita): Sócrates é orgulhoso.

Premissa de Ataque ao Caráter (implícita): Sócrates é uma pessoa de mau caráter.

Conclusão: O argumento de que o PSD abriu uma crise política para chegar ao poder, de Sócrates, não deve ser aceite.

Conclusão: O PSD rejeitou o PEC IV porque ele não serve os interesses nacionais.

Conclusão: O PSD rejeitou o PEC IV porque o país tem pressa em mudar de governo.

31'57-33'25: argumento baseado no compromisso inconsistente

Premissa do Compromisso Inicial: Um membro do governo – o ministro das Finanças – disse em 2010 que a partir dos 7% de taxa de juro para a dívida pública de longo prazo esta é insustentável e os países devem pedir ajuda externa.

Premissa do Compromisso Oposto: O facto de o ministro das Finanças não ter pedido ajuda externa quando a taxa de juro chegou aos 7% mostra que ele não respeitou o compromisso assumido.

Conclusão (implícita): Os compromissos do ministro das Finanças são inconsistentes.

Premissa do Compromisso Inicial: O primeiro-ministro – Sócrates – disse em 2010 que Portugal não precisava de ajuda externa.

Premissa do Compromisso Oposto (implícita): O facto de Sócrates ter pedido ajuda externa mostra que Sócrates não respeitou o compromisso assumido.

Conclusão (implícita): Os compromissos de Sócrates são inconsistentes.

Conclusão (implícita): Os compromissos do governo são inconsistentes.

33'31-34'10: argumento baseado no indício

Premissa Específica: Sócrates não pediu ajuda quando devia.

Premissa Geral (implícita): Não pedir ajuda quando se deve é um indício de que as decisões são tomadas com o objetivo de não prejudicar a imagem política de quem as toma.

Conclusão: O objetivo das decisões de Sócrates é não prejudicar a sua imagem política.

39'45-40'31: argumento baseado no raciocínio prático

Premissa Maior: Passos Coelho tem o objetivo de fazer um sistema de mercado de trabalho dual.

Premissa Menor (implícita): Flexibilizar o mercado de trabalho é um meio para fazer um sistema dual.

Conclusão: Portanto, Passos Coelho deve flexibilizar o mercado de trabalho.

41'03-41'13: argumento baseado no raciocínio prático

Premissa Maior (implícita): Passos Coelho tem o objetivo de permitir o trabalho temporário nos casos em que este se deve à sazonalidade do mercado.

Premissa Menor: Existir a possibilidade legal do trabalho temporário é um meio para permitir o trabalho temporário nos casos em que este se deve à sazonalidade.

Conclusão (implícita): Portanto, Passos Coelho deve permitir a existência da possibilidade legal do trabalho temporário.

45'39-46'21: argumento baseado no indício

Premissa: Quem está no governo tem meios suficientes para estudar a descida da Taxa Social Única.

Premissa: Sócrates está no governo.

Conclusão: Sócrates tem meios para estudar a descida da Taxa Social Única.

Premissa Específica (implícita): Sócrates diz que só vai estudar o assunto depois das eleições.

Premissa: O assunto já devia estar estudado uma vez que já se deve estar a preparar o Orçamento de Estado para o ano seguinte.

Premissa Geral (implícita): O facto de Sócrates dizer que só vai estudar o assunto depois das eleições é um indício de que ele não sabe o que há-de fazer.

Conclusão: Sócrates não sabe o que há-de fazer.

46'34-47'16: argumento baseado na opinião de um especialista

Premissa: A descida da Taxa Social Única tem de ser considerável para ter um impacto significativo.

Premissa: O Banco de Portugal estudou a descida da Taxa Social Única.

Premissa Maior (implícita): O Banco de Portugal é especialista no assunto Finanças, o qual contém a proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo”.

Premissa Menor (implícita): O Banco de Portugal afirma que a proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo” é verdadeira.

Conclusão (implícita): A proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo” é verdadeira.

Premissa: A Universidade Nova de Lisboa estudou a descida da Taxa Social Única.

Premissa Maior (implícita): A Universidade Nova de Lisboa é especialista no assunto Finanças, o qual contém a proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo”.

Premissa Menor (implícita): A Universidade Nova de Lisboa afirma que a proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo” é verdadeira.

Conclusão (implícita): A proposição “a primeira descida da Taxa Social Única tem de ter um impacto significativo” é verdadeira.

Premissa: O PSD estudou a descida da Taxa Social Única.

Premissa: O PSD propõe uma descida, na sua legislatura, da Taxa Social Única até 4%.

Premissa (implícita): A descida da Taxa Social Única em 4% é uma descida considerável.

Premissa (implícita): A proposta do PSD de descer, na sua legislatura, a Taxa Social Única até 4% tem um impacto significativo.

Conclusão (implícita): A proposta do PSD de descer, na sua legislatura, a Taxa Social Única até 4% deve ser apoiada.

48’20-49’28: argumento *ad hominem* circunstancial

Premissa do Argumento (implícita): Sócrates advoga o argumento de que o resultado da execução orçamental deve ser considerado positivo, o que implica avaliar como verdadeira a proposição “é possível cumprir a meta de descida do défice em 5,9%”.

Premissa: O resultado da execução orçamental mostra que a despesa primária está a descer metade do que devia.

Premissa: O resultado da execução orçamental mostra que a despesa total está a aumentar.

Conclusão (implícita): É impossível cumprir a meta de descida do défice em 5,9%.

Premissa do Compromisso Inconsistente: Sócrates está pessoalmente comprometido com o oposto da proposição “é possível cumprir a meta de descida do défice em 5,9%”, o que é provado pela projecção do resultado da execução orçamental.

Premissa do Questionamento da Credibilidade (implícita): A credibilidade de Sócrates como pessoa sincera que acredita nos seus próprios argumentos está posta em causa.

Conclusão (implícita): A plausibilidade do argumento de que o resultado da execução orçamental deve ser considerado positivo, de Sócrates, está diminuída ou destruída.

50'03-50'36: argumento baseado na posição para saber

Premissa: Se não fosse o aumento dos impostos – e o consequente aumento da receita – Portugal não estava a cumprir as previsões.

Premissa Maior (implícita): O grupo que faz o acompanhamento entre o Banco Central Europeu e a Comissão Europeia está em posição para saber sobre coisas no assunto Finanças portuguesas, o qual contém a proposição “Portugal não está a cumprir as previsões”.

Premissa: Se o momento não fosse de campanha eleitoral, o grupo que faz o acompanhamento entre o Banco Central Europeu e a Comissão Europeia estaria a fazer uma advertência a Portugal por este não estar a cumprir as previsões.

Premissa Menor (implícita): O grupo que faz o acompanhamento entre o Banco Central Europeu e a Comissão Europeia afirma que a proposição “Portugal não está a cumprir as previsões” é verdadeira.

Premissa Maior (implícita): O Fundo Monetário Internacional está em posição para saber sobre coisas no assunto Finanças portuguesas, o qual contém a proposição “Portugal não está a cumprir as previsões”.

Premissa: Se o momento não fosse de campanha eleitoral, o Fundo Monetário Internacional estaria a fazer uma advertência a Portugal por este não estar a cumprir as previsões.

Premissa Menor (implícita): O Fundo Monetário Internacional afirma que a proposição “Portugal não está a cumprir as previsões” é verdadeira.

Conclusão: A proposição “Portugal não está a cumprir as previsões” é verdadeira.

54'05-54'13: argumento baseado no indício

Premissa Específica: Sócrates usou o fundo de pensões da PT para supostamente cumprir o valor de défice.

Premissa Geral: O facto de Sócrates usar o fundo de pensões da PT para supostamente cumprir o valor de défice é um indício de que ele sabia que não ia cumprir a meta do défice que tinha sido estabelecida.

Conclusão (implícita): Sócrates sabia que não ia cumprir a meta do défice que tinha sido estabelecida.

54'44-55-15: argumento baseado na posição para saber

Premissa Maior (implícita): A equipa da União Europeia e Fundo Monetário Internacional que veio a Portugal está em posição para saber sobre coisas no assunto Finanças portuguesas, o qual contém a proposição “Portugal não acabaria o ano com um défice abaixo de 9%”.

Premissa Menor: A equipa da União Europeia e Fundo Monetário Internacional afirma que a previsão de que “Portugal não acabaria o ano com um défice abaixo de 9%” é verdadeira.

Conclusão: A proposição “Portugal não acabaria o ano com um défice abaixo de 9%” é verdadeira.

Premissa: Passos Coelho tinha previsto que Portugal não acabaria o ano com um défice abaixo de 9%.

Conclusão: A previsão de Passos Coelho estava correta.

58'06-58'26: argumento baseado na classificação verbal

Premissa Individual: O governo de Sócrates adia a divulgação de casos que já conhece.

Premissa Classificatória (implícita): Se um governo adia a divulgação de casos que já conhece, então esse governo não é transparente.

Conclusão (implícita): O governo de Sócrates não é transparente.

1.b. Análise Qualitativa dos Apelos às Emoções

04'03-05'49 (argumento baseado no compromisso inconsistente): apelo à raiva

“O engenheiro Sócrates vem a este debate, começa, premeditadamente, quis começar este debate para ver se discutia o projeto de revisão constitucional do PSD. E pasme-se, escolheu logo o Estado Social. O engenheiro Sócrates é o primeiro-ministro da área socialista que mais maldades e malfeitorias fez ao Estado Social. Foi o primeiro primeiro-ministro em Portugal que cortou salários na função pública. Foi o primeiro-ministro em Portugal que mais reduziu as prestações sociais, elevou os custos de acesso à saúde, diminuiu as comparticipações nos medicamentos, acabou com muitos abonos de família – milhares de abonos de família. Quer dizer, o engenheiro Sócrates, que tem vindo, por razão de insustentabilidade das finanças públicas, a colocar em causa a sustentabilidade do Estado Social, vem agora aqui querer dizer ao país: vejam, isto está muito mal porque realmente o governo, por causa da crise internacional, com certeza – o governo nunca tem culpas de nada. O governo vem aqui defender Portugal e o seu Estado Social, e cuidado que ali do outro lado, apontando para mim, está alguém que quer combater o Estado Social. Senhor engenheiro José Sócrates, se hoje o Estado Social está maltratado, e o indício mais evidente da falência do modelo que o senhor seguiu está nos 700 mil desempregados que existem em Portugal, se o senhor consegue explicar aos portugueses porque é que chegou a uma situação com o desemprego historicamente mais elevado em Portugal, e com um Estado Social menos presente para apoiar as pessoas.”

Premissa: Sócrates fez coisas más e injustas: cortou os salários na função pública, reduziu as prestações sociais, elevou os custos de acesso à saúde, diminuiu as comparticipações nos medicamentos e acabou com milhares de abonos de família.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau caráter.

Conclusão: Sócrates tem mau caráter.

10'22-11'33 (para argumento baseado no compromisso inconsistente): apelo à aversão

Premissa: Sócrates pode contaminar o eleitorado, pois os seus compromissos são inconsistentes.

Conclusão: Portanto, não se deve ter qualquer tipo de relação com Sócrates.

15'11-16'29: apelo à raiva

Premissa: Sócrates fez coisas más e injustas, as quais conduziram a várias situações negativas: o Estado Social ficou em piores condições, Portugal pediu ajuda externa para pagar vencimentos, os impostos foram aumentados em 2010, as prestações sociais foram cortadas, o número de desempregados chegou aos 700 000, alguns estudantes do ensino superior perderam bolsas de estudo e alguns perderam participações em medicamentos.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau caráter.

Conclusão: Sócrates tem mau caráter.

33'31-34'10 (argumento baseado no indício): apelo ao ódio

Premissa: Sócrates tem mau caráter, pois durante o seu governo agiu em função do que considera benéfico para a sua imagem política, e não em função de uma preocupação real pelo país.

Premissa: Ter mau caráter é a causa de se fazerem coisas más e injustas.

Conclusão: Sócrates fez coisas más e injustas, razão pela qual os bancos tiveram de comprar títulos da dívida pública em vez de canalizar crédito na economia, o que contribuiu para que empresas fechassem e, consequentemente, para que o desemprego aumentasse, visto que as empresas não conseguiram obter crédito dos bancos.

40'31-40'35: apelo à compaixão⁴²

Premissa: Deve ajudar-se quem está numa situação de infortúnio.

Premissa: Quem é pago com recibos verdes está numa situação de infortúnio.

Conclusão: Portanto, deve votar-se em Passos Coelho, pois as suas propostas acabarão com o trabalho remunerado a recibos verdes, o que ajudará quem é pago com recibos verdes.

⁴² Para uma melhor compreensão da forma como este apelo emotivo é feito, importa analisar cuidadosamente a linguagem utilizada por Passos Coelho. Ele usa a expressão “(...) acabando com o abuso dos recibos verdes”, da qual se destaca a palavra “abuso”. Usando-a, Passos Coelho atribui aos recibos verdes uma conotação negativa, o que acarreta um juízo moral no qual se baseia este apelo à compaixão.

47'36-47'45: apelo ao desprezo

Premissa: Sócrates é inferior a Passos Coelho, pois aquele não estudou a descida da Taxa Social Única, enquanto este o fez.

Conclusão: Portanto, deve dar-se importância à proposta de descida da Taxa Social Única de Passos Coelho.

Conclusão: Portanto, deve ignorar-se as dúvidas lançadas por Sócrates.

55'15-55'32: apelo ao ódio

Premissa: Sócrates tem mau caráter, pois não ouviu os outros mesmo quando estes tinham razão.

Premissa: Ter mau caráter é a causa de se fazerem coisas más e injustas.

Conclusão: Sócrates fez coisas más e injustas ao colocar a sua confiança no aumento da receita dos impostos, e não, como devia, no corte da despesa, razão pela qual a meta do défice não foi cumprida.

2. Argumentos de José Sócrates

Quadro 5.2.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	22	78,6
Apelos às Emoções	6	21,4
Total	28	100

Quadro 5.2.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	2	9,1
Para argumento baseado na justiça	2	9,1
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	1	4,5
Para argumento baseado nas consequências positivas	1	4,5
Para argumento baseado no indício	3	13,6
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	4	18,2
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	1	4,5
Para argumento baseado na opinião popular	4	18,2
Para argumento baseado no compromisso	2	9,1
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	1	4,5
Para argumento baseado na prática popular	1	4,5
Total	22	100

Quadro 5.2.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	3	50
Apelo à aversão	2	33,3
Apelo à compaixão	1	16,7
Total	6	100

Quadro 5.2.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	5	22,7
Baseados na autoridade	5	22,7
Baseados no pragmatismo	5	22,7
Baseados no compromisso	7	31,8
Total	22	100

2.a. Análise Qualitativa dos Esquemas Argumentativos

05'59-06'07: argumento baseado na opinião popular

“Porque as suas propostas são propostas que rompem com um consenso social na sociedade portuguesa e na Europa a propósito daquilo que são as funções sociais do Estado.”

Premissa: As propostas de Passos Coelho rompem com um consenso social na sociedade portuguesa e na Europa a propósito das funções sociais do Estado.

Premissa (implícita): A política social de Sócrates vai de encontro ao consenso social que existe na sociedade portuguesa e na Europa a propósito das funções sociais do Estado.

Premissa da Aceitação Geral (implícita): A política social de Sócrates é geralmente aceite como boa.

Premissa da Presunção (implícita): Se a política social de Sócrates é geralmente aceite como boa, isso dá uma razão em favor da política social de Sócrates.

Conclusão (implícita): Existe uma razão em favor da política social de Sócrates.

06'10-06'28: argumento baseado no compromisso

Premissa: Desde que Sócrates é primeiro-ministro verificou-se o aumento das prestações sociais em percentagem do PIB.

Premissa da Evidência do Compromisso: Neste caso foi mostrado que Sócrates está comprometido com a assistência social, segundo a evidência do aumento das prestações sociais.

Premissa de Acoplamento de Compromissos (implícita): Geralmente, quando um argumentador está comprometido com a assistência social, pode ser inferido que ele está também comprometido com o Estado Social.

Conclusão (implícita): Neste caso, Sócrates está comprometido com o Estado Social.

06'29-08'18: argumento *ad hominem* circunstancial

Premissa do Argumento: Em 2011, Passos Coelho advoga o argumento segundo o qual a crise internacional não tem impacto na crise nacional, o qual tem a proposição “Sócrates é o responsável pela crise nacional” como conclusão.

Premissa do Compromisso Inconsistente: Em 2010, Passos Coelho estava pessoalmente comprometido com a negação de “Sócrates é o responsável pela crise nacional”, o que é provado por um relatório que ele assinou.

Conclusão: Passos Coelho não presta um bom serviço ao país ao esquecer, na análise da crise económica nacional, o impacto da crise internacional.

Premissa do Questionamento da Credibilidade (implícita): A credibilidade de Passos Coelho como pessoa sincera que acredita nos seus próprios argumentos tem sido posta em causa.

Conclusão (implícita): A plausibilidade do argumento apresentado por Passos Coelho, segundo o qual a crise internacional não tem impacto na crise nacional, está diminuída ou destruída.

11'50-12'48: argumento baseado na prática popular

Premissa Maior (implícita): Mudar de estratégia orçamental é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados como o que é e não é aceitável em relação à mudança de estratégia orçamental.

Premissa (implícita): É aceitável mudar de estratégia orçamental quando a causa dessa mudança é a crise das dívidas soberanas.

Premissa: Todos os países europeus mudaram a sua estratégia orçamental por causa da crise das dívidas soberanas.

Premissa Menor (implícita): Se mudar de estratégia orçamental é uma prática popular entre aqueles que estão familiarizados com o que é e não é aceitável em relação a mudar de estratégia orçamental, então existe uma razão para pensar que mudar de estratégia orçamental é aceitável.

Conclusão (implícita): Portanto, mudar de estratégia orçamental é aceitável na Europa.

Premissa: Em Portugal mudou-se a estratégia orçamental.

Conclusão (implícita): Mudar de estratégia orçamental é aceitável em Portugal.

13'07-13'50: argumento baseado no indício

Premissa Específica: Passos Coelho defende os co-pagamentos na saúde.

Premissa Geral: Defender os co-pagamentos na saúde é um indício de que se vai terminar com a tendência gratuita do Sistema Nacional de Saúde.

Premissa: Os co-pagamentos acabam com a igualdade no acesso aos tratamentos e no acesso aos cuidados de saúde.

Conclusão: Passos Coelho vai terminar com a tendência gratuita do Sistema Nacional de Saúde.

14'17-14'21: argumento baseado nas consequências positivas

Premissa: Se as propostas de Sócrates para a saúde se concretizarem, plausivelmente sobrevirá a melhoria da eficiência do Serviço Nacional de Saúde.

Conclusão: Portanto, as propostas de Sócrates para a saúde devem ser concretizadas.

19'42-20'08: argumento baseado na justiça

Premissa: Passos Coelho defende os co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde.

Premissa (implícita): Os co-pagamentos terminam com a tendência gratuita do Serviço Nacional de Saúde.

Premissa (implícita): A inclusão de co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde exclui um número considerável de beneficiários.

Conclusão: Portanto, a inclusão de co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde é injusta.

19'42-21'27: argumento *ad hominem* direto

Premissa: Um artigo, o livro e uma entrevista de Passos Coelho mostram que ele defende os co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde.

Premissa (implícita): Os co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde terminam com a tendência gratuita do mesmo.

Premissa (implícita): Passos Coelho afirma que os co-pagamentos não vão terminar com a tendência gratuita do Serviço Nacional de Saúde.

Conclusão (implícita): Passos Coelho mente.

Premissa: Passos Coelho afirma que Sócrates mente ao dizer que os co-pagamentos no Serviço Nacional de Saúde terminam com a tendência gratuita do mesmo.

Conclusão (implícita): Passos Coelho mente ao dizer que Sócrates mente.

Premissa de Ataque ao Caráter: Passos Coelho é uma pessoa de mau caráter.

Conclusão: O argumento de Passos Coelho, segundo o qual os co-pagamentos não vão terminar com a tendência gratuita do Serviço Nacional de Saúde, não deve ser aceite.

22'30-23'09: argumento baseado na justiça

Premissa: As propostas de Passos Coelho para a saúde acabam com a tendência gratuita do Serviço Nacional de Saúde e com o caráter geral do mesmo.

Premissa: A concretização das propostas de Passos Coelho para a saúde excluem um número considerável de beneficiários.

Conclusão (implícita): Portanto, as propostas de Passos Coelho para a saúde são injustas.

28'08-28'43: argumento baseado nas prioridades trocadas e argumento baseado no indício

Premissa das Prioridades Certas (implícita): Os interesses nacionais devem ser prioritários aos interesses pessoais e partidários.

Premissa (implícita): Colocar os interesses pessoais e partidários como prioritários em relação aos interesses nacionais conduz a más decisões.

Premissa das Prioridades Erradas: Passos Coelho coloca os interesses pessoais e partidários como prioritários em relação aos interesses nacionais.

Conclusão: Passos Coelho decidiu mal na principal medida política que alguma vez tomou.

Conclusão: Passos Coelho tem as prioridades trocadas.

Premissa Específica: Passos Coelho estabelece prioridades de acordo com o seu objetivo de ganhar as eleições.

Premissa Geral (implícita): O facto de um candidato estabelecer prioridades de acordo com o objetivo de ganhar as eleições é um indício de que ele não deve ganhar as eleições.

Conclusão (implícita): Passos Coelho não deve ganhar as eleições.

29'08-29'26: argumento baseado no raciocínio prático

Premissa Maior: Sócrates tem o objetivo de combater o desemprego.

Premissa Menor: Lutar por mais crescimento económico, por mais qualificações e por mais oportunidades para os jovens são meios para combater o desemprego.

Conclusão: Portanto, Sócrates deve lutar por mais crescimento económico, por mais qualificações e por mais oportunidades para os jovens.

29'32-30'00: argumento baseado no raciocínio prático

Premissa Maior: Sócrates tem o objetivo de aumentar a empregabilidade dos jovens.

Premissa Menor: Aumentar o número de estágios profissionais e o número de programas Inov, bem como lutar por mais crescimento económico e por mais qualificações, são meios para aumentar a empregabilidade dos jovens.

Conclusão: Portanto, Sócrates deve aumentar o número de estágios profissionais e o número de programas Inov, bem como lutar por mais crescimento económico e por mais qualificações.

31'08-31'13: argumento baseado no indício

Premissa Específica: O PSD abriu uma crise política num momento premeditado.

Premissa Geral (implícita): Abrir uma crise política num momento premeditado é um indício de que essa abertura faz parte de uma estratégia política.

Conclusão (implícita): A crise política que o PSD abriu faz parte de uma estratégia política.

34'14-35'31: argumento *ad hominem* direto

Premissa: Portugal não precisava pedir ajuda externa.

Premissa: Passos Coelho queria que Portugal pedisse ajuda externa pois desejava ter uma razão para apresentar uma moção de censura ao governo de Sócrates.

Conclusão: Passos Coelho quis abrir uma crise política.

Premissa: A ajuda externa é prejudicial para Portugal.

Conclusão: Passos Coelho é irresponsável.

Conclusão: A posição de Passos Coelho é contrária aos interesses nacionais.

Premissa de Ataque ao Caráter (implícita): Passos Coelho é uma pessoa de mau caráter.

Conclusão: O argumento de que Portugal precisava pedir ajuda externa, de Passos Coelho, não deve ser aceite.

36'41-37'07: argumento baseado no compromisso

Premissa da Evidência do Compromisso: O que Passos Coelho disse revela que ele está comprometido com a defesa da proposição “criar vínculos de trabalho temporário sem justificação”.

Premissa de Acoplamento de Compromissos (implícita): Geralmente, quando um argumentador está comprometido com a criação de vínculos de trabalho temporário sem justificação, pode ser inferido que ele está também comprometido com a liberalização do mercado de trabalho.

Conclusão: Passos Coelho está comprometido com a liberalização do mercado de trabalho.

42'02-42'34: argumento baseado na opinião popular

Premissa: O trabalho temporário é, provavelmente, o trabalho mais precário de todos.

Conclusão (implícita): Deve proteger-se os trabalhadores que estão em regime de trabalho temporário.

Premissa: Toda a legislação europeia diz que só pode haver trabalho temporário com uma justificação.

Premissa da Aceitação Geral (implícita): A ideia de que só pode haver trabalho temporário com uma justificação é geralmente aceite como verdadeira.

Premissa da Presunção (implícita): Se a ideia de que só pode haver trabalho temporário com uma justificação é geralmente aceite como verdadeira, então existe uma razão em favor da ideia de que só pode haver trabalho temporário com uma justificação.

Conclusão (implícita): Existe uma razão em favor da ideia de que só pode haver trabalho temporário com uma justificação.

Premissa: Passos Coelho quer que exista trabalho temporário mesmo sem justificação.

Conclusão (implícita): A proposta de Passos Coelho de que deve existir trabalho temporário sem justificação deve ser rejeitada.

42'55-43'06: argumento baseado na opinião popular

Premissa: Ao longo dos anos todas as famílias políticas defenderam o despedimento por justa causa.

Premissa da Aceitação Geral (implícita): O despedimento por justa causa é geralmente aceite como verdadeiro.

Premissa da Presunção (implícita): Se o despedimento por justa causa é geralmente aceite como verdadeiro, então existe uma razão em favor do despedimento por justa causa.

Conclusão (implícita): Existe uma razão em favor do despedimento por justa causa.

Premissa (implícita): Passos Coelho quer acabar com o despedimento por justa causa.

Conclusão (implícita): A proposta de Passos Coelho de que se deve acabar com o despedimento por justa causa deve ser rejeitada.

44'14-44'21: argumento baseado no compromisso inconsistente

Premissa do Compromisso Inicial: Numa ocasião, o PSD propôs a redução da Taxa Social Única em 4%.

Premissa: Em outra ocasião, o PSD declarou que pensava reduzir a Taxa Social Única em 8%.

Premissa do Compromisso Oposto (implícita): O facto de o PSD ter declarado que pensava reduzir a Taxa Social Única em 8% mostra que o PSD não está realmente comprometido com a redução da Taxa Social Única em 4%.

Conclusão (implícita): Os compromissos do PSD são inconsistentes.

49'30-49'44: argumento *ad hominem* direto

Premissa: A divulgação dos resultados da execução orçamental revela uma descida do défice em 75% em relação ao ano anterior.

Premissa (implícita): A descida do défice em 75% é uma boa notícia.

Premissa (implícita): Passos Coelho defende que o resultado da execução orçamental é negativo.

Conclusão: Passos Coelho diz mal das boas notícias.

Premissa de Ataque ao Caráter (implícita): Passos Coelho é uma pessoa de mau carácter.

Conclusão (implícita): O argumento de que o resultado da execução orçamental é negativo, de Passos Coelho, não deve ser aceite.

50'52-51'12: argumento *ad hominem* direto

Premissa: A divulgação da execução orçamental mostra que o governo reduziu em 75% o défice orçamental e que a despesa pública total das administrações e da Segurança Social está a descer 3% - algo que nunca aconteceu nos últimos dez anos.

Premissa (implícita): A redução em 75% do défice orçamental e a descida em 3% da despesa pública total das administrações e da Segurança Social – algo que nunca tinha acontecido nos últimos dez anos – é uma boa notícia.

Premissa: Passos Coelho defende que a redução em 75% do défice orçamental e a descida em 3% da despesa pública total das administrações e da Segurança Social – algo que nunca tinha acontecido nos últimos dez anos – é uma má notícia.

Conclusão (implícita): Passos Coelho diz mal das boas notícias.

Premissa de Ataque ao Caráter (implícita): Passos Coelho é uma pessoa de mau carácter.

Conclusão (implícita): O argumento de que o resultado da execução orçamental é negativo, de Passos Coelho, não deve ser aceite.

57'36-57'53: argumento baseado na opinião popular

Premissa da Aceitação Geral (implícita): Os portugueses esperam que os partidos assumam uma postura de diálogo, compromisso e entendimento.

Premissa da Presunção (implícita): Se os partidos assumirem uma postura de diálogo, compromisso e entendimento é geralmente aceite como verdadeiro, então existe uma razão para os partidos assumirem uma postura de diálogo, compromisso e entendimento.

Conclusão: Existe uma razão para os partidos assumirem uma postura de diálogo, compromisso e entendimento.

2.b. Análise Qualitativa dos Apelos às Emoções

13'07-13'50 (argumento baseado no indício): apelo à raiva

“E talvez a mais significativa, que tem a ver com o seu pensamento, e permita-me que discuta isso consigo, porque não é crime nenhum, tem a ver com aquilo que o senhor propõe de não haver no SNS – no Serviço Nacional de Saúde – a tendência gratuita que está na nossa Constituição. E o senhor propõe que, ao invés de haver essa tendência gratuita, que haja co-pagamentos. O senhor defende os co-pagamentos na Saúde. Pois eu quero dizer, senhor Doutor, que isso põe em causa o atual Serviço Nacional de Saúde tal como o conhecemos, e põe em causa a igualdade no acesso aos tratamentos, a igualdade no acesso aos cuidados de saúde tal como os entendemos.”

Premissa: Passos Coelho quer acabar com a igualdade e com a tendência gratuita no acesso à Saúde, o que é mau e injusto.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau carácter.

Conclusão: Passos Coelho tem mau carácter.

14'01-14'11: apelo à compaixão

Premissa: Deve ajudar-se quem está numa situação de infortúnio.

Premissa: Alguns utentes do Sistema Nacional de Saúde estão numa situação de infortúnio.

Conclusão: Portanto, deve votar-se em Sócrates, pois ele quer ajudar os utentes do Sistema Nacional de Saúde.

14'49-15'04: apelo à raiva

Premissa: Passos Coelho propõe a existência de co-pagamentos, o que é uma medida má e injusta, pois na prática as pessoas terão de pagar os serviços de saúde duas vezes: uma, através de impostos, e outra, no momento em que usufruem desses serviços.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau carácter.

Conclusão: Passos Coelho tem mau carácter.

27'15-28'08: apelo à raiva

Premissa: Passos Coelho fez uma coisa má e injusta, que foi criar uma crise política – por essa razão, ele é o responsável pelo facto de Portugal ter de pedir ajuda externa, pelo aumento dos juros e pela diminuição dos ratings da República e dos bancos.

Premissa: Fazer coisas más e injustas é um indício de que se tem mau carácter.

Conclusão: Passos Coelho tem mau carácter.

51'13-51'32: apelo à aversão

Premissa: Passos Coelho pode contaminar o eleitorado, pois é maldizente e irresponsável.

Conclusão: Portanto, não se deve ter qualquer tipo de relação com Passos Coelho.

56'32-57'13: apelo à aversão

Premissa: Passos Coelho pode contaminar o eleitorado, pois tem uma postura irresponsável.

Conclusão: Portanto, não se deve ter qualquer tipo de relação com Passos Coelho.

Outros Debates de Passos Coelho

3. Com Jerónimo de Sousa⁴³

Quadro 5.3.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	14	70
Apelos às Emoções	6	30
Total	20	100

Quadro 5.3.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado na justiça	1	7,1
Para argumento baseado nas consequências negativas	3	21,4
Para argumento baseado nas consequências positivas	3	21,4
Para argumento baseado no indício	4	28,6
Para argumento baseado na posição para saber	2	14,3
Para argumento baseado na opinião de um especialista	1	7,1
Total	14	100

⁴³ Este debate foi transmitido pela TVI no dia 10 de Maio de 2011.

Quadro 5.3.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	4	66,7
Apelo ao desprezo	1	16,7
Apelo à compaixão	1	16,7
Total	6	100

Quadro 5.3.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados na autoridade	3	21,4
Baseados no pragmatismo	7	50
Baseados no compromisso	4	28,6
Total	14	100

4. Com Paulo Portas⁴⁴

Quadro 5.4.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	22	84,6
Apelos às Emoções	4	15,4
Total	26	100

Quadro 5.4.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	7	31,8
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	1	4,5
Para argumento baseado nas consequências negativas	4	18,2
Para argumento baseado nas consequências positivas	2	9,1
Para argumento baseado no indício	3	13,6
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	1	4,5
Para argumento baseado no compromisso	1	4,5
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	1	4,5
Para argumento baseado na opinião de um especialista	2	9,1
Total	22	100

⁴⁴ Este debate foi transmitido pela SIC no dia 13 de Maio de 2011.

Quadro 5.4.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à aversão	1	25
Apelo ao desprezo	1	25
Apelo à compaixão	2	50
Total	4	100

Quadro 5.4.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	1	4,5
Baseados na autoridade	2	9,1
Baseados no pragmatismo	13	59,1
Baseados no compromisso	6	27,3
Total	22	100

5. Com Francisco Louçã⁴⁵

Quadro 5.5.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	19	79,2
Apelos às Emoções	5	20,8
Total	24	100

Quadro 5.5.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	3	15,8
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	2	10,5
Para argumento baseado nas consequências negativas	2	10,5
Para argumento baseado nas consequências positivas	2	10,5
Para argumento baseado no indício	1	5,3
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	1	5,3
Para argumento baseado no compromisso	1	5,3
Para argumento baseado na analogia	2	10,5
Para argumento baseado na posição para saber	4	21,1
Para argumento baseado na opinião de um especialista	1	5,3
Total	19	100

⁴⁵ Este debate foi transmitido pela TVI no dia 17 de Maio de 2011.

Quadro 5.5.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	2	40
Apelo ao ódio	1	20
Apelo à aversão	1	20
Apelo à compaixão	1	20
Total	5	100

Quadro 5.5.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	5	26,3
Baseados na autoridade	5	26,3
Baseados no pragmatismo	7	36,8
Baseados no compromisso	2	10,5
Total	19	100

Outros Debates de José Sócrates

6. Com Paulo Portas⁴⁶

Quadro 5.6.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	22	78,6
Apelos às Emoções	6	21,4
Total	28	100

Quadro 5.6.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	1	4,5
Para argumento baseado nas consequências negativas	1	4,5
Para argumento baseado nas consequências positivas	3	13,6
Para argumento baseado no indício	3	13,6
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	2	9,1
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	1	4,5
Para argumento baseado na opinião popular	2	9,1
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	4	18,2
Para argumento baseado na posição para saber	1	4,5
Para argumento baseado na classificação verbal	1	4,5
Para argumento baseado na prática popular	1	4,5
Para argumento baseado na opinião de um especialista	2	9,1
Total	22	100

⁴⁶ Este debate foi transmitido pela TVI no dia 9 de Maio de 2011.

Quadro 5.6.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	3	50
Apelo ao ódio	2	33,3
Apelo à aversão	1	16,7
Total	6	100

Quadro 5.6.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	3	13,6
Baseados na autoridade	6	27,3
Baseados no pragmatismo	5	22,7
Baseados no compromisso	8	36,4
Total	22	100

7. Com Francisco Louçã⁴⁷

Quadro 5.7.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	25	71,4
Apelos às Emoções	10	28,6
Total	35	100

Quadro 5.7.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado na justiça	2	8
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	2	8
Para argumento baseado nas consequências negativas	6	24
Para argumento baseado no indício	4	16
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	2	8
Para argumento baseado no compromisso	2	8
Para argumento baseado na analogia	3	12
Para argumento baseado na posição para saber	1	4
Para argumento baseado na classificação verbal	1	4
Para argumento baseado na prática popular	2	8
Total	25	100

⁴⁷ Este debate foi transmitido pela SIC no dia 11 de Maio de 2011.

Quadro 5.7.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	5	50
Apelo ao ódio	2	20
Apelo à aversão	1	10
Apelo ao desprezo	1	10
Apelo à compaixão	1	10
Total	10	100

Quadro 5.7.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	8	32
Baseados na autoridade	3	12
Baseados no pragmatismo	8	32
Baseados no compromisso	6	24
Total	25	100

8. Com Jerónimo de Sousa⁴⁸

Quadro 5.8.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	18	64,3
Apelos às Emoções	10	35,7
Total	28	100

Quadro 5.8.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	2	11,1
Para argumento baseado na justiça	1	5,6
Para argumento baseado nas consequências negativas	6	33,3
Para argumento baseado no indício	6	33,3
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	2	11,1
Para argumento baseado na classificação verbal	1	5,6
Total	18	100

⁴⁸ Este debate foi transmitido pela SIC no dia 16 de Maio de 2011.

Quadro 5.8.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	4	40
Apelo ao ódio	2	20
Apelo à aversão	2	20
Apelo ao desprezo	2	20
Total	10	100

Quadro 5.8.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	3	16,7
Baseados no pragmatismo	9	50
Baseados no compromisso	6	33,3
Total	18	100

Entrevistas⁴⁹

9. A Passos Coelho

Quadro 5.9.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	18	78,3
Apelos às Emoções	5	21,7
Total	23	100

Quadro 5.9.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	2	11,1
Para argumento baseado nas consequências negativas	1	5,6
Para argumento baseado nas consequências positivas	1	5,6
Para argumento baseado no indício	5	27,8
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	1	5,6
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	2	11,1
Para argumento baseado na analogia	2	11,1
Para argumento baseado na posição para saber	1	5,6
Para argumento baseado na classificação verbal	2	11,1
Para argumento baseado na opinião de um especialista	1	5,6
Total	18	100

⁴⁹ As entrevistas foram publicadas pela *Revista Única* no dia 28 de Maio de 2011.

Quadro 5.9.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	2	40
Apelo à aversão	1	20
Apelo ao desprezo	2	40
Total	5	100

Quadro 5.9.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	4	22,2
Baseados na autoridade	2	11,1
Baseados no pragmatismo	4	22,2
Baseados no compromisso	8	44,4
Total	18	100

10. A José Sócrates

Quadro 5.10.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	22	75,9
Apelos às Emoções	7	24,1
Total	29	100

Quadro 5.10.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	2	9,1
Para argumento baseado nas consequências negativas	3	13,6
Para argumento baseado no indício	4	18,2
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	4	18,2
Para argumento baseado na opinião popular	1	4,5
Para argumento baseado no compromisso	1	4,5
Para argumento baseado na analogia	1	4,5
Para argumento baseado na posição para saber	1	4,5
Para argumento baseado na classificação verbal	2	9,1
Para argumento baseado na prática popular	3	13,6
Total	22	100

Quadro 5.10.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	2	28,6
Apelo ao ódio	4	57,1
Apelo à aversão	1	14,3
Total	7	100

Quadro 5.10.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	7	31,8
Baseados na autoridade	5	22,7
Baseados no pragmatismo	5	22,7
Baseados no compromisso	5	22,7
Total	22	100

CAPÍTULO VI

RESULTADOS

O nosso objetivo neste capítulo é descrever as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates. Para obtermos as informações caracterizadoras mediante as quais essa descrição é feita, somamos e sistematizamos os dados quantitativos do capítulo anterior.

Começamos este capítulo por expor os quadros alusivos à argumentação de Passos Coelho e de Sócrates: 6.1.1-4 e 6.2.1-4, respetivamente⁵⁰. O termo argumentação aponta para o facto de que somamos todos os argumentos apresentados em todos os quadros, independentemente de serem relativos aos debates ou às entrevistas.

De seguida, exibimos as informações relativas à argumentação nos debates. Isto significa que nesses quadros (6.3.1-4 e 6.4.1-4) somamos os valores de todos os debates analisados.

Após esta soma e sistematização das informações do capítulo anterior, debruçamo-nos sobre a descrição das estratégias argumentativas que os quadros nos permitem fazer. Começamos por nos versar sobre os aspetos que são comuns a Passos Coelho e a Sócrates. Seguidamente, apresentamos aqueles que são peculiares a cada um dos candidatos.

Para terminar as descrições das estratégias argumentativas, comparamos as entrevistas (quadros 5.9.1-4 e 5.10.1-4) com os debates (quadros 6.3.1-4 e 6.4.1-4). Neste tópico pretendemos analisar se à mudança do meio de comunicação de massa corresponde uma alteração na estratégia argumentativa. Para que esta comparação entre os quadros supracitados seja feita com objetividade, definimos o valor de 5%⁵¹ como diferença mínima entre os indicadores para considerarmos estar perante uma alteração na estratégia argumentativa. Devemos notar ainda que cada um dos candidatos é analisado em separado: Passos Coelho primeiro e Sócrates depois.

Nos três tópicos que antecederam este, a descrição das estratégias argumentativas é elaborada numa perspetiva comparada entre Passos Coelho e Sócrates. Só conhecemos

⁵⁰ A ordem permanece igual à do capítulo anterior – Passos Coelho primeiro e Sócrates depois. Mantemos esta ordem no presente capítulo por julgarmos que a dissertação fica mais organizada se a estrutura de apresentação for mantida.

⁵¹ Este valor resulta de uma consideração global das diferenças entre os quadros relativos às entrevistas (5.9.1-4 e 5.10.1-4) e os relativos aos debates (6.3.1-4 e 6.4.1-4).

um estudo com o qual possamos comparar os resultados por nós obtidos – o de Hansen e Walton (2013). No entanto, existem variantes metodológicas que impedem que ele seja a referência através da qual possamos avaliar os nossos resultados: por um lado, os autores consideram uma variável que nós não utilizamos – as funções dialéticas dos argumentos⁵²; por outro, eles não usam, como nós, as variáveis apelos às emoções e categorias de esquemas argumentativas. Por essa razão, não dispomos de estudos empíricos a partir dos quais podemos avaliar os indicadores de que dispomos.

Para que essa limitação não torne a nossa análise demasiada subjetiva e arbitrária, decidimos comparar as informações relativas a Passos Coelho com as relativas a Sócrates, e vice-versa. Desta forma, são as informações dos quadros que balizam o nosso estudo. No primeiro tópico deste capítulo fazemos uma descrição daquilo que as estratégias argumentativas dos dois candidatos têm em comum. Nos dois tópicos seguintes a descrição baseia-se nos indicadores que se destacam na comparação com o outro candidato.

Desta forma, para se entender a estratégia argumentativa de um dos candidatos deve considerar-se a descrição que é feita, não só no tópico a ele concernente, mas também nos que a ambos dizem respeito.

Para que os argumentos sejam mais comparáveis consideramos – salvo em casos específicos – as frequências relativas. Esta opção deve-se ao facto de as frequências absolutas poderem induzir em erro, porque, por exemplo, um dos atores pode utilizar um determinado apelo à emoção mais vezes do que o outro simplesmente porque, no cômputo geral, usa mais apelo emotivos do que este. Além disso, o nosso propósito não é estudar os valores absolutos dos indicadores *per se*, mas sim o quão preferenciais eles são em relação aos demais indicadores da mesma variável.

Para finalizar este capítulo, interpretamos os resultados. Esta interpretação deve ser considerada com cautela, pois o facto de não existirem estudos com os quais o nosso possa ser comparado limita-nos⁵³. Devido a esta limitação, optamos por só analisar os resultados que, na nossa opinião, são facilmente interpretáveis à luz dos conceitos teóricos de que dispomos.

⁵² Este termo é a tradução da expressão inglesa *dialectical roles of arguments*.

⁵³ Nem o trabalho de Hansen e Walton (2013) pode ser usado para efeitos comparativos, uma vez que neste não há interpretação dos resultados.

Argumentação de Passos Coelho e de José Sócrates⁵⁴

1. Argumentos de Passos Coelho

Quadro 6.1.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	95	77,9
Apelos às Emoções	27	22,1
Total	122	100

Quadro 6.1.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	14	14,7
Para argumento baseado na justiça	1	1,1
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	4	4,2
Para argumento baseado nas consequências negativas	10	10,5
Para argumento baseado nas consequências positivas	9	9,5
Para argumento baseado no indício	18	18,9
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	2	2,1
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	3	3,2
Para argumento baseado no compromisso	2	2,1
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	6	6,3
Para argumento baseado na analogia	6	6,3
Para argumento baseado na posição para saber	9	9,5
Para argumento baseado na classificação verbal	3	3,2
Para argumento baseado na prática popular	1	1,1
Para argumento baseado na opinião de um especialista	7	7,4
Total	95	100

Quadro 6.1.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	10	37
Apelo ao ódio	3	11,1
Apelo à aversão	4	14,8
Apelo ao desprezo	5	18,5
Apelo à compaixão	5	18,5
Total	27	100

⁵⁴ Relembramos que os quadros 6.1.1-4 e 6.2.1-4 incluem as entrevistas e todos os debates.

Quadro 6.1.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	15	15,8
Baseados na autoridade	17	17,9
Baseados no pragmatismo	34	35,8
Baseados no compromisso	29	30,5
Total	95	100

2. Argumentos de José Sócrates

Quadro 6.2.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	109	73,6
Apelos às Emoções	39	26,4
Total	148	100

Quadro 6.2.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	7	6,4
Para argumento baseado na justiça	5	4,6
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	3	2,8
Para argumento baseado nas consequências negativas	16	14,7
Para argumento baseado nas consequências positivas	4	3,7
Para argumento baseado no indício	20	18,3
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	14	12,8
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	2	1,8
Para argumento baseado na opinião popular	7	6,4
Para argumento baseado no compromisso	5	4,6
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	5	4,6
Para argumento baseado na analogia	4	3,7
Para argumento baseado na posição para saber	3	2,8
Para argumento baseado na classificação verbal	5	4,6
Para argumento baseado na prática popular	7	6,4
Para argumento baseado na opinião de um especialista	2	1,8
Total	109	100

Quadro 6.2.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	17	43,6
Apelo ao ódio	10	25,6
Apelo à aversão	7	17,9
Apelo ao desprezo	3	7,7
Apelo à compaixão	2	5,1
Total	39	100

Quadro 6.2.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	26	23,9
Baseados na autoridade	19	17,4
Baseados no pragmatismo	32	29,4
Baseados no compromisso	32	29,4
Total	109	100

Argumentação de Passos Coelho e de José Sócrates nos Debates⁵⁵

3. Argumentos de Passos Coelho

Quadro 6.3.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	77	77,8
Apelos às Emoções	22	22,2
Total	99	100

Quadro 6.3.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	12	15,6
Para argumento baseado na justiça	1	1,3
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	4	5,2
Para argumento baseado nas consequências negativas	9	11,7
Para argumento baseado nas consequências positivas	8	10,4
Para argumento baseado no indício	13	16,9
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	2	2,6
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	2	2,6
Para argumento baseado no compromisso	2	2,6
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	4	5,2
Para argumento baseado na analogia	4	5,2
Para argumento baseado na posição para saber	8	10,4
Para argumento baseado na classificação verbal	1	1,3
Para argumento baseado na prática popular	1	1,3
Para argumento baseado na opinião de um especialista	6	7,8
Total	77	100

⁵⁵ Relembramos que os quadros 6.3.1-4 e 6.4.1-4 incluem todos os debates analisados na presente dissertação.

Quadro 6.3.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	8	36,4
Apelo ao ódio	3	13,6
Apelo à aversão	3	13,6
Apelo ao desprezo	3	13,6
Apelo à compaixão	5	22,7
Total	22	100

Quadro 6.3.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	11	14,3
Baseados na autoridade	15	19,5
Baseados no pragmatismo	30	39
Baseados no compromisso	21	27,3
Total	77	100

4. Argumentos de José Sócrates

Quadro 6.4.1. Argumentos

Argumentos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Esquemas Argumentativos	87	73,1
Apelos às Emoções	32	26,9
Total	119	100

Quadro 6.4.2. Esquemas Argumentativos

Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Para argumento baseado no raciocínio prático	5	5,7
Para argumento baseado na justiça	5	5,7
Para argumento baseado nas prioridades trocadas	3	3,4
Para argumento baseado nas consequências negativas	13	14,9
Para argumento baseado nas consequências positivas	4	4,6
Para argumento baseado no indício	16	18,4
Para argumento <i>ad hominem</i> direto	10	11,5
Para argumento <i>ad hominem</i> circunstancial	2	2,3
Para argumento baseado na opinião popular	6	6,9
Para argumento baseado no compromisso	4	4,6
Para argumento baseado no compromisso inconsistente	5	5,7
Para argumento baseado na analogia	3	3,4
Para argumento baseado na posição para saber	2	2,3
Para argumento baseado na classificação verbal	3	3,4
Para argumento baseado na prática popular	4	4,6
Para argumento baseado na opinião de um especialista	2	2,3
Total	87	100

Quadro 6.4.3. Apelos às Emoções

Apelos às Emoções	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Apelo à raiva	15	46,9
Apelo ao ódio	6	18,8
Apelo à aversão	6	18,8
Apelo ao desprezo	3	9,4
Apelo à compaixão	2	6,3
Total	32	100

Quadro 6.4.4. Categorias de Esquemas Argumentativos

Categorias de Esquemas Argumentativos	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Baseados no juízo de valor	19	21,8
Baseados na autoridade	14	16,1
Baseados no pragmatismo	27	31
Baseados no compromisso	27	31
Total	87	100

Estratégia Argumentativa de Passos Coelho e José Sócrates

A estratégia argumentativa, tanto de Passos Coelho como de Sócrates, baseia-se mais no uso dos esquemas argumentativos do que na utilização dos apelos às emoções. No caso de Passos Coelho, os esquemas argumentativos atingem uma frequência relativa de 77,9% (quadro 6.1.1); no caso de Sócrates, de 76,6% (quadro 6.2.1).

Os quadros 6.1.2 e 6.2.2 mostram que o argumento baseado no indício é o mais utilizado pelos dois atores. O argumento baseado nas consequências negativas é também empregue de forma privilegiada: no caso de Passos Coelho, tem o terceiro valor percentual mais elevado; no caso de Sócrates, o segundo. Por fim, destacamos a opção de ambos os atores pelo argumento baseado no raciocínio prático. No caso de Passos Coelho, este foi o segundo esquema argumentativo mais utilizado; no caso de Sócrates, foi o quarto – com frequências absoluta e relativa iguais a outros dois argumentos.

As estratégias argumentativas dos dois líderes partidários também apresentam similitudes quando nos debruçamos sobre o uso dos apelos emotivos. Ao observarmos os quadros 6.1.3 e 6.2.3 concluímos que o apelo à raiva é o apelo mais comum no discurso político eleitoral, quer de Passos Coelho, quer de Sócrates. Em ambos os quadros, a diferença percentual para o segundo apelo com valor mais elevado é considerável: 18,5% no quadro 6.1.3, e 18% no quadro 6.2.3. Outro facto que é comum às estratégias argumentativas dos dois atores é a não utilização, nem uma única vez, do apelo à pena⁵⁶.

Para finalizar, importa considerarmos os quadros 6.1.4 e 6.2.4. Eles revelam que Passos Coelho e Sócrates utilizam mais os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo e no compromisso. Isto é, a maior parte dos argumentos – enquadrados nos padrões estereotipados de raciocínio argumentativo – que os dois candidatos expuseram têm como ponto de partida ou consequências ou compromissos com determinadas proposições.

Este facto revela uma coerência lógica com as semelhanças que observámos em relação aos argumentos apresentados nos quadros 6.1.2 e 6.2.2. Por um lado, os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo são a categoria que inclui o argumento baseado nas consequências negativas e o argumento baseado no raciocínio prático. Por outro lado, a categoria de esquemas argumentativos baseados no compromisso inclui o argumento baseado no indício. Esta coerência revela que a opção por determinados padrões estereotipados de raciocínio argumentativo está relacionada com a opção por pontos de partida na construção dos argumentos.

⁵⁶ Este facto leva-nos a questionar a observação de Hamblin (1970) – a qual serviu, no capítulo intitulado “Modelo Analítico”, de base para a inclusão dos apelos à pena e a compaixão no nosso estudo – segundo a qual a pena não é irrelevante na comunicação política. Ainda assim, não podemos basear-nos neste facto para tomar uma posição definitiva, pois o nosso estudo foca o discurso político eleitoral em particular, e não a comunicação política em geral.

Estratégia Argumentativa de Passos Coelho

Passos Coelho usa menos argumentos do que Sócrates⁵⁷. Esta constatação inclui, quer os esquemas argumentativos, quer os apelos emotivos. O quadro 6.1.1 mostra que Passos Coelho emprega, respetivamente, 95 e 27 argumentos, enquanto Sócrates utiliza, conforme a informação do quadro 6.2.1, 109 e 39.

Ao comparar as frequências relativas dos quadros 6.1.1 e 6.2.1, podemos concluir que a estratégia argumentativa de Passos Coelho foca mais a utilização de padrões estereotipados de raciocínio argumentativo do que a de Sócrates.

O argumento baseado nas consequências positivas e o argumento baseado na posição para saber devem ser destacados à luz do quadro 6.1.2. Os seus valores – 9,5% – permitem-lhes ocupar, na contabilização de todos os argumentos deste quadro, o quarto lugar. No entanto, não os destacamos somente por eles serem frequentemente empregues. Na origem deste destaque está também o fraco uso que Sócrates faz destes argumentos. De acordo com o quadro 6.2.2, o argumento baseado nas consequências positivas tem uma frequência relativa de 3,7% – uma diferença de 5,8% em relação à percentagem supracitada – e o argumento baseado na posição para saber de 2,8% – neste caso, uma diferença de 6,7%. Estas diferenças revelam que estes argumentos têm um peso importante na estratégia argumentativa de Passos Coelho.

Outra característica que devemos notar é que este candidato tem uma estratégia menos flexível⁵⁸ que Sócrates. Por um lado, Passos Coelho não usa uma única vez o argumento baseado na opinião popular. Por outro, há dois argumentos – o baseado na justiça e o baseado na prática popular – cuja frequência absoluta é de apenas um – como se observa no quadro 6.1.2. A inutilização e a fraca utilização destes argumentos por parte de Passos Coelho contrasta com o emprego mais abrangente que Sócrates faz dos

⁵⁷ A justificação deste facto não faz parte dos objetivos do presente estudo, pois o nosso foco são as preferências argumentativas, e não a preferência pela argumentação em detrimento da explicação. No entanto, como também pretendemos lançar bases para novos trabalhos, importa abordarmos, ainda que superficialmente, esta distinção. Enquanto o argumento tem a função de oferecer razões que suportem uma conclusão (Walton 2006), a explicação tem a função de clarificar proposições (Walton 2006). Desta forma, “The goal of an explanation is not to convince or persuade the party that a particular proposition is true but to express the queried proposition in some more familiar terms or relate it to another set of propositions that can be put together so that it is more familiar or comprehensible to him” (Walton 2006:77). Com base nesta distinção lançamos a hipótese, que não pode ser testada neste estudo, de que o discurso político eleitoral de Passos Coelho enfatiza as explicações.

⁵⁸ Uma estratégia é tanto mais flexível quanto mais diversa for a utilização dos indicadores por parte dos argumentadores. Pretendemos que este termo não tenha nenhuma conotação – nem positiva, nem negativa – pois esta característica pode, consoante a perspetiva, ser considerada uma vantagem ou uma desvantagem. No entanto, não nos compete, nesta dissertação, entrar em discussões valorativas sobre as estratégias argumentativas.

argumentos enquadrados em esquemas argumentativos – como se observa no quadro 6.2.2. Neste podemos ver que todos os argumentos têm uma frequência absoluta igual ou superior a dois.

O quadro 6.1.3 evidencia o peso reduzido que o apelo ao ódio tem na estratégia argumentativa de Passos Coelho. Como já foi observado, este enfatiza o apelo à raiva e não faz uso do apelo à pena. Ora, se não considerarmos estes dois apelos vemos que há uma utilização bastante similar dos restantes, razão pela qual não devemos realçar nenhum pelo critério do uso frequente. No entanto, se o nosso critério for a reduzida utilização, o apelo ao ódio deve ser considerado, até porque ele tem um papel relevante na estratégia argumentativa de Sócrates. O uso deste argumento emotivo por parte de Passos Coelho equivale a uma frequência relativa de 11,1% (quadro 6.1.3), o que contrasta com o valor relativo a Sócrates – 25,6% (quadro 6.2.3).

A análise dos valores relativos às categorias de esquemas argumentativos confirma que a estratégia argumentativa de Passos Coelho é menos flexível⁵⁹ que a de Sócrates. A diferença entre a segunda e a terceira categorias com valores mais elevados – que é de 12,6%, segundo o quadro 6.1.4 – deve ser tida em conta, porquanto não estamos a falar dos indicadores que ocupam os extremos da maior e menor observação empírica. Quando nos debruçamos, a partir desse mesmo quadro, sobre as percentagens que diferenciam a primeira e a segunda, bem como a terceira e a quarta categorias, deparamo-nos com valores mais reduzidos que o já referido: 5,3% e 2,1%, respetivamente. Estes dados confirmam o que já notámos: Passos Coelho foca consideravelmente os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo e no compromisso. No entanto, eles permitem-nos ainda concluir que este candidato faz um uso bastante reduzido dos esquemas argumentativos baseados na autoridade e no juízo de valor. Esta clara preferência e distinção dual é a razão pela qual caracterizamos, numa perspetiva comparada, a estratégia argumentativa de Passos Coelho como menos flexível⁶⁰.

⁵⁹ Tal como referimos anteriormente, usamos estas palavras caracterizadoras de forma exclusivamente denotativa.

⁶⁰ Tal como referimos anteriormente, usamos estas palavras caracterizadoras de forma exclusivamente denotativa.

Estratégia Argumentativa de José Sócrates

Sócrates emprega os apelos emotivos mais do que Passos Coelho. Ao comparar a frequência relativa destes, nos quadros 6.2.1 e 6.1.1, observamos que há uma utilização maior, daquele candidato, desses apelos. Essa diferença – de 4,3% – pode não ser muito grande, mas também não nos parece totalmente irrelevante.

No que ao quadro 6.2.2 concerne, destacamos a relevância que o argumento *ad hominem* direto tem. Ele é o terceiro esquema argumentativo mais observado empiricamente, e tem uma diferença considerável em relação àqueles que estão em quarto lugar, pois foi utilizado o dobro das vezes. Curiosamente, o argumento que este candidato menos usou – em igualdade como argumento baseado na opinião de um especialista – foi o *ad hominem* circunstancial. É verdade que se pode supor, pela designação, que os dois esquemas argumentativos se referem a padrões estereotipados de raciocínio argumentativo praticamente análogos, o que conduz à previsão de que eles serão usados mais ou menos com a mesma frequência. No entanto, a nossa análise mostra que essa previsão não resiste ao teste empírico⁶¹.

Outra característica da estratégia argumentativa de Sócrates é o uso recorrente do apelo ao ódio. De acordo com o quadro 6.2.3, 43,6% dos apelos emotivos que este candidato emprega incluem-se neste apelo. A esta informação devemos juntar a já referida, neste capítulo, em relação à relevância do apelo à raiva. Se o fizermos, fica demonstrado que, no campo dos apelos às emoções, Sócrates opta por enfatizar o mau caráter e as más ações dos adversários. É possível tirar esta conclusão pois vemos, no capítulo intitulado “Modelo Analítico”, que estes dois elementos, por um lado, são comuns a estes dois apelos e que, por outro, não estão presentes em mais nenhum apelo.

⁶¹ Este facto vem confirmar a pertinência da variável que criámos: categorias de esquemas argumentativos. O que os argumentos *ad hominem* direto e circunstancial têm em comum é a conclusão – isto é, o ponto de chegada do argumento – e não a premissa maior – isto é, o ponto de partida do argumento. Nas conclusões de ambos, os argumentadores mostram a fragilidade do argumento exposto por outro. No entanto, nas premissas maiores há uma diferença: no argumento *ad hominem* direto ela expressa uma avaliação do caráter, enquanto no argumento *ad hominem* circunstancial ela exprime o compromisso do outro com um argumento e uma proposição. Vimos que Sócrates usa de forma acentuada o argumento *ad hominem* direto, e que, ao invés, emprega de forma escassa o argumento *ad hominem* circunstancial. À luz do supracitado, este facto significa que, pelo menos neste caso, a estratégia argumentativa assenta na escolha de pontos de partidas que se quer usar na construção dos argumentos, e não tanto de conclusões a que se quer chegar.

Outra característica que deve ser enfatizada, na comparação com Passos Coelho, é a maior flexibilidade⁶² argumentativa de Sócrates. O quadro 6.2.4 mostra que não há grandes diferenças no que às categorias de esquemas argumentativos concerne. Todas elas têm valores aproximados, o que é mais perceptível se notarmos, a título exemplificativo, que a categoria mais utilizada se distancia da menos utilizada por apenas 12%.

Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de José Sócrates nas Entrevistas

Na entrevista, Passos Coelho usa consideravelmente mais o argumento baseado no indício, o argumento baseado no compromisso inconsistente, o argumento baseado na analogia e o argumento baseado na classificação verbal. Ao invés, o argumento baseado nas consequências negativas atinge um valor percentual inferior. Da comparação dos quadros relativos aos esquemas argumentativos (5.9.2 e 6.3.2) destacam-se ainda vários argumentos que Passos Coelho utilizou somente nos debates. Todavia, não realçamos todos, pois alguns foram utilizados apenas uma ou duas vezes em quatro debates, e o facto de não serem utilizados numa entrevista não é uma condição suficiente para dizermos que estamos perante uma alteração na estratégia argumentativa. Por essa razão, e em consonância com o valor pré-definido de 5%, destacamos apenas o argumento baseado nas prioridades trocadas. A frequência relativa deste é, nos debates, de 5,2%. Este valor contrasta com o facto de não ter sido utilizado na entrevista.

No que aos argumentos emotivos concerne, Passos Coelho utiliza mais apelos à aversão e ao desprezo na entrevista. Devemos ser cautelosos nas ilações que retiramos em relação ao apelo à aversão, uma vez que este só foi utilizado uma vez, conforme se pode observar no quadro 5.9.3. Este uso pontual pode ser mais uma casualidade do que uma alteração na estratégia argumentativa. Com mais consistência, porém, podemos focar o emprego do apelo ao desprezo por parte de Passos Coelho: dois dos cinco apelos registados no quadro 6.1.3 foram observados na entrevista. Importa realçar ainda que os apelos ao ódio e à compaixão não são usados na entrevista, não obstante atingirem frequências absolutas e relativas consideráveis no quadro 6.3.3. – especialmente o apelo à compaixão.

⁶² Tal como referimos anteriormente, usamos estas palavras caracterizadoras de forma exclusivamente denotativa.

A comparação dos quadros relativos às categorias de esquemas argumentativos (5.9.4 e 6.3.4) revela ainda que a estratégia argumentativa de Passos Coelho na entrevista enfatiza mais os esquemas argumentativos baseados no juízo de valor e os esquemas argumentativos baseados no compromisso. Por outro lado, verificamos que há uma utilização menor dos esquemas argumentativos baseados na autoridade e dos esquemas argumentativos baseados no pragmatismo.

Em relação a Sócrates, começemos por comparar a utilização dos esquemas argumentativos (quadros 5.10.2 e 6.4.2). Desta comparação destaca-se o uso frequente, na entrevista, do argumento *ad hominem* direto, do argumento baseado na classificação verbal e do argumento baseado na prática popular. Devemos notar que, tal como referimos acima, não basta alguns argumentos serem utilizados apenas nos debates para que os refiramos. De acordo com o critério que definimos – a percentagem mínima de 5% – destacamos o argumento baseado na justiça e o argumento baseado no compromisso inconsistente. Ambos têm uma frequência relativa de 5,7% no quadro referente aos debates – a 6.4.2 –, o que contrasta com a sua não utilização na entrevista.

A estratégia argumentativa de Sócrates em relação aos apelos emotivos tem algumas alterações. O emprego que este candidato faz do apelo ao ódio é bastante considerável. Segundo o quadro 5.10.3, mais de metade dos apelos emotivos que Sócrates faz na entrevista são ao ódio. Além disso, a utilização percentual deste apelo na entrevista – 57,1% (quadro 5.10.3) – é bastante superior à registada em relação aos debates – 18,8% (quadro 6.4.3). Ao invés, Sócrates utiliza muito menos apelos à raiva do que nos debates – uma diferença de 18,3%, segundo a diferença de valores entre os quadros 6.4.3 e 5.10.3. Além disso, este ator não apela nem ao desprezo nem à compaixão.

Para terminar a análise da entrevista de Sócrates, comparamos o uso das categorias de esquemas argumentativos (quadros 5.10.4 e 6.4.4). Elas permitem-nos concluir que os esquemas argumentativos baseados no compromisso são mais relevantes na entrevista. Pelo contrário, os esquemas argumentativos baseados na autoridade e os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo têm uma relevância menor.

Interpretação dos Resultados

O uso privilegiado, tanto de Passos Coelho como de Sócrates, do argumento baseado nas consequências negativas e do apelo à raiva enquadra-se na tendência para as campanhas negativas, as quais são uma parte importante da vida política atual (Lau e Rovner 2009). O argumento baseado nas consequências negativas pretende mostrar as fraquezas das propostas do oponente, enquanto o apelo à raiva pretende revelar o mau carácter do mesmo. Ambos enquadram-se nos elementos das campanhas negativa: “their campaign will concentrate on the perceived weaknesses of their opponent’s policy proposals, prior policy failures, and/or personal peccadilloes” (Lau e Rovner 2009:286).

Não obstante o supracitado nos mostrar que os dois candidatos deram destaque à componente negativa das campanhas nas suas estratégias argumentativas, não devemos ter uma perspetiva redutora – o que sucederia se classificássemos as campanhas meramente como positivas ou negativas. Ao invés, devemos ter em conta o que nos é dito por Lau e Rovner (2009:286): “Candidates are not restricted to one or the other, of course, and most campaigns employ a combination of both techniques”.

De facto, os nossos resultados mostram que há um equilíbrio maior entre elementos das campanhas positivas e elementos das campanhas negativas na estratégia argumentativa de Passos Coelho. Lau e Rovner (2009:286) afirmam que nas campanhas positivas os candidatos “run on their own merits—that is, their own policy ideas, past accomplishments, and personal strengths”. O primeiro elemento das campanhas positivas que queremos destacar na estratégia argumentativa de Passos Coelho é o uso considerável do argumento baseado nas consequências positivas, o qual visa, essencialmente, demonstrar que a medida proposta é boa. O segundo elemento é a reduzida relevância que este candidato dá ao apelo ao ódio, uma vez que este é um elemento das campanhas negativas.

A estratégia argumentativa de Sócrates tem mais elementos das campanhas negativas que a de Passos Coelho. Sócrates dá grande relevância ao argumento *ad hominem* direto e ao apelo ao ódio. A premissa maior, tanto deste argumento como deste apelo emotivo, é um ataque ao carácter, o que revela que a negatividade da estratégia argumentativa de Sócrates é focalizada na pessoa do oponente, e não nas suas propostas ou competência.

Queremos destacar a harmonia entre a nossa interpretação e a análise de Magalhães (2012) sobre a campanha eleitoral para as legislativas de 2011. Segundo este politólogo, “while the PSD tried to use the election to legitimise a new ‘economic paradigm’ for Portugal while blaming the government for the economic situation, the PS attempted to turn it into a fight for the survival of the fundamental traits of Portuguese social welfare policies, which the PSD was supposedly set on destroying, a goal allegedly achieved by having forced the EU/IMF bailout” (Magalhães 2012:315). Embora Magalhães (2012) se refira aos partidos, e não especificamente aos respetivos líderes, a sua análise tem similitudes com a nossa interpretação, o que parece indicar que as estratégias argumentativas dos líderes de PSD e PS são consistentes com as dos seus partidos.

No caso do PSD, Magalhães (2012) destaca um objetivo próprio das campanhas positivas – persuadir o eleitorado a concordar com o seu ponto de vista em relação à economia – ao mesmo tempo que aborda um objetivo próprio das campanhas negativas – culpar o governo em funções pela má situação económica. Em relação ao PS, Magalhães (2012) destaca um objetivo que se enquadra nas campanhas negativas – persuadir o eleitorado a crer que o PSD quer destruir o Estado Social.

O supracitado está em clara harmonia com a nossa interpretação dos resultados: a estratégia argumentativa de Sócrates contém apenas elementos das campanhas negativas, enquanto a de Passos Coelho os combina com elementos das campanhas positivas.

No nosso entender, aos conceitos de campanhas negativas e positivas está associado o de ónus da prova⁶³. Nos estudos no âmbito da argumentação, este conceito refere-se à necessidade que os argumentadores têm de provar que o seus pontos de vista são corretos (Walton 2008).

Este conceito é importante, pois ajuda-nos a distinguir a estratégia argumentativa de Passos Coelho da de Sócrates. Passos Coelho aceita que o ónus da prova recaia sobre ele⁶⁴. Uma evidência disso é o uso frequente do argumento baseado nas consequências positivas, pois através dele Passos Coelho pretende mostrar que as suas propostas e os seus objetivos têm boas consequências e que, por isso, devem ser aceites.

⁶³ Este termo é a tradução da expressão inglesa *burden of proof*.

⁶⁴ É no âmbito da aceitação do ónus da prova que se deve enquadrar a hipótese, lançada no tópico “Estratégia Argumentativa de Passos Coelho”, de que Passos Coelho enfatiza as explicações.

Sócrates, ao contrário de Passos Coelho, tenta fazer recair o ónus da prova sobre o seu oponente. Essa é a razão pela qual ele apela tantas vezes à raiva e ao ódio. Ao atacar o seu oponente, Sócrates faz recair o ónus da prova sobre ele.

CAPÍTULO VII

CONCLUSÃO

Considerações Finais

A hipótese central da presente dissertação – segundo a qual o argumento baseado no raciocínio prático ocupa, em relação aos outros indicadores da mesma variável, uma posição mais relevante na argumentação de Sócrates do que na argumentação de Passos Coelho – não se confirmou empiricamente. Aliás, os resultados mostram o contrário: o argumento baseado no raciocínio prático é utilizado de forma mais preferencial por Passos Coelho. Sócrates também o utiliza de forma considerável, embora este indicador atinja, no seu caso, frequências absolutas e relativas bastante inferiores. Em termos absolutos, Passos Coelho usa o argumento baseado no raciocínio prático o dobro das vezes de Sócrates. Esta informação é ainda mais relevante se tivermos em conta que aquele candidato usa menos esquemas argumentativos do que este.

A negação empírica desta hipótese acarreta ainda a rejeição da expectativa de que o posicionamento dos partidos no espectro político é o fator causador das diferenças nas estratégias argumentativas. O facto de, ao invés do esperado, o líder do partido de centro-direita usar o argumento baseado no raciocínio prático de forma bem mais frequente contribui para confirmar que a nossa expectativa inicial estava errada.

Ao contrário do que sucede com a hipótese principal, as outras hipóteses revelaram-se empiricamente verdadeiras. Por um lado, o argumento baseado nas consequências negativas é usado de forma privilegiada tanto por Passos Coelho como por Sócrates. No caso de Passos Coelho, ele é, dentre os vários esquemas argumentativos, o terceiro argumento mais usado; no caso de Sócrates, é o segundo. Por outro lado, a análise empírica também confirmou que os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo são os mais utilizados pelos candidatos estudados.

Claro está que a correspondência entre os nossos resultados e os de Hansen e Walton (2013) não é total. O argumento baseado nas consequências negativas não é o mais usado por nenhum dos dois líderes partidários que consideramos, ao contrário do que acontece no caso de Ontario, em que é o mais utilizado por dois dos três partidos estudados. Além disso, os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo atingem,

no caso de Sócrates, o mesmo valor que os esquemas argumentativos baseados no compromisso.

Ainda assim, a expectativa de que existem semelhanças consideráveis entre os nossos resultados e os de Hansen e Walton (2013) revelou-se acertada. Assim, estes dois estudos indicam que os argumentos baseados nas consequências negativas e os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo ocupam posições privilegiadas nas estratégias argumentativas no discurso político eleitoral.

Ao colocar, de novo, o nosso foco em Passos Coelho e Sócrates, verificamos que existem muitas semelhanças nos resultados de ambos. Elas verificam-se, inclusive, em todas as variáveis, como se pode ver no capítulo anterior.

A razão pela qual essas semelhanças existem fica, no entanto, em aberto. É verdade que esperávamos que tal situação se verificasse, como se pode observar no capítulo I. Apesar disso, a razão na qual baseámos a nossa expectativa – o facto de o objetivo eleitoral ser o mesmo – não pode, no âmbito da presente dissertação, ser testada empiricamente.

A hipótese em relação aos *media* confirmou-se com a análise empírica. De facto, as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates realçam mais os esquemas argumentativos, em detrimentos dos apelos às emoções, nas entrevistas à imprensa do que nos debates televisivos⁶⁵ – como se pode observar na comparação entre os quadros 5.9.1 e 6.3.1, e 5.10.1 e 6.4.1.

Além da confirmação empírica da hipótese, a comparação entre os dois meios de comunicação de massa revela que à mudança destes correspondem alterações nas estratégias argumentativas dos atores. O tópico “Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates nas Entrevistas” mostra que algumas alterações expressam-se de forma diferente nos dois atores: por exemplo, Passos Coelho dá um relevo maior ao argumento baseado no compromisso inconsistente, na entrevista; ao invés, nela Sócrates não utiliza nem uma vez esse argumento. No entanto, como o nosso foco são os *media*, e não os líderes partidários, optamos por considerar as alterações nas estratégias argumentativas comuns aos dois atores, porque nelas é mais evidente o impacto das

⁶⁵ Este facto não foi destacado em “Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de José Sócrates nas Entrevistas”, pois as diferenças observadas não atingem o valor mínimo de 5% - o qual foi definido no início do capítulo VI. No entanto, neste ponto estamos a tratar de uma hipótese, pelo que nos interessa somente avaliar se a mesma é comprovada, ou não, empiricamente.

diferenças dos meios de comunicação de massa. Assim, observamos que, à luz do tópico “Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates nas Entrevistas”, tanto Passos Coelho como Sócrates utilizam, na entrevista, mais argumentos baseados na classificação verbal e mais esquemas argumentativos baseados no compromisso. Ao invés, nas entrevistas nenhum deles apela à compaixão. Além disso, os candidatos usam menos vezes, nas entrevistas, os esquemas argumentativos baseados na autoridade e os esquemas argumentativos baseados no pragmatismo.

A observação empírica de que a mudança dos *media* correspondem alterações nas estratégias argumentativas dos atores está em consonância com as nossas expectativas iniciais.

Principal Contributo do Estudo

Julgamos que a presente dissertação presta contributos essencialmente a nível metodológico. Apesar de os nossos objetivos terem sido alcançados e as hipóteses testadas, julgamos que a novidade metodológica do nosso estudo deve ser destacada.

Os esquemas argumentativos são, na nossa perspetiva, um excelente instrumento na análise de práticas argumentativas. Por isso, a sua pertinência no âmbito da comunicação política em geral – que inclui o discurso político eleitoral, embora o transcenda – é inquestionável. Além disso, a incorporação dos apelos às emoções também é proveitosa. Foi referido anteriormente que as emoções são um tema transversal à história do pensamento político (Marcus 2000). Se assim é, a inclusão, num modelo analítico, de estruturas teóricas que permitam uma análise dos apelos que são feitos pelos argumentadores é de bastante utilidade para uma análise profunda da argumentação política. Por fim, as categorias de esquemas argumentativos permitem uma análise mais específica do que os esquemas argumentativos, uma vez que abordam somente os pontos de partida dos atores na construção dos seus argumentos.

Pelo supracitado, concluímos que o modelo analítico dos esquemas argumentativos, apesar de não ter sido criado no âmbito da Ciência Política, pode ser útil em trabalhos que se debrucem sobre comunicação política. Este modelo pode também ser proveitoso nos estudos sobre comunicação, ainda que não de natureza política, desenvolvidos no âmbito das Ciências da Comunicação.

Independentemente da área científica a que nos estejamos a referir, cremos que o nosso modelo analítico é o principal contributo deste estudo, uma vez que ele enfatiza aspetos que normalmente não são enfatizados. Como referimos no tópico “Relevância do Estudo”, estes aspetos são as estruturas de raciocínio seguidas pelos argumentadores e os objetivos imediatos que estes tentam alcançar com alguns argumentos.

Limitações do Estudo

Um dos fatores que queremos destacar é a limitação temporal. A análise empírica foi bastante demorada, pois reconhecer e encaixar argumentos em estruturas teóricas pré-definidas é um processo lento e difícil. Se tivéssemos mais tempo, teríamos analisado os debates de forma mais pormenorizada, para entendermos se as estratégias argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates sofreram alterações em função do oponente. Teríamos, ainda, incorporado os líderes do CDS-PP, BE e PCP no nosso estudo. Além disso, poderíamos ter enriquecido a nossa investigação ao combinar o nosso modelo analítico com outras técnicas, tais como a análise de conteúdo. No entanto, a limitação temporal obrigou-nos a excluir algumas possibilidades em prol do que considerámos essencial.

Os recursos disponíveis são o outro fator a realçar. Várias vezes foi referido que o único estudo empírico que podíamos usar em comparação com o nosso era o de Hansen e Walton (2013). Se é verdade que este aspeto revela o carácter inovador da dissertação, também é verdade que a limita em alguns aspetos. Possivelmente, não incluímos alguns esquemas argumentativos que são importantes, simplesmente porque no caso de Hansen e Walton (2013) eles não foram considerados. Além disso, o estudo de Hansen e Walton (2013) diverge um pouco do nosso, pois estes investigadores abordam eleições provinciais e vários atores partidários, enquanto nós nos debruçamos sobre eleições nacionais e líderes partidários, o que pode acarretar diferenças não detetáveis devido à escassez de recursos comparativos. Acresce que Hansen e Walton (2013) não apresentam os objetivos eleitorais dos partidos que abordam, pelo que não sabemos se esse objetivo é, tal como o do PSD e do PS, persuadir. Tal é relevante porque algumas diferenças podem dever-se exatamente ao facto de os objetivos eleitorais serem diferentes. Pelo supracitado, concluímos que as nossas conclusões devem ser analisadas com alguma cautela. Elas devem servir de ponto de partida a mais investigações, e não de base a ilações definitivas.

Também tivemos limitações na escolha dos apelos às emoções, uma vez que não dispusemos de nenhum estudo empírico no qual nos pudéssemos basear. Desta forma, a ausência de recursos pode ter-nos induzido a excluir emoções que têm um papel importante nas estratégias argumentativas no discurso político eleitoral. Também isto deve levar-nos a uma análise cautelosa das conclusões da presente dissertação.

Linhas Futuras de Investigação

Este estudo é pioneiro, pelo que o horizonte apresenta-nos várias linhas futuras de investigação. Tentamos, no entanto, limitarmo-nos às fundamentais.

A ideia geral deste tópico é a de que são necessários mais estudos que, por um lado, se versem sobre o discurso político eleitoral e que, por outro, utilizem um modelo analítico baseado nos esquemas argumentativos. Estes são os dois critérios que têm de estar presentes para se poder afirmar que um estudo segue a perspetiva da presente dissertação. Quando tal sucede, estamos perante um trabalho que contribui para sabermos se existem, ou não, tendências universais nas estratégias argumentativas no discurso político eleitoral. Já vimos que o presente trabalho, bem como o de Hansen e Walton (2013), demonstraram que as estratégias argumentativas de todos os casos estudados têm aspetos em comum. No entanto, estamos a falar de apenas dois estudos que estudam cinco atores, razão pela qual são necessários mais estudos.

Além de olharmos com interesse para todas as potenciais investigações futuras que preencham os dois critérios supracitados, queremos deixar algumas notas em relação àquilo que, à luz da nossa dissertação, nos parece mais importante abordar.

Em primeiro lugar, vimos que o posicionamento dos partidos no espectro político não é um fator explicativo das diferenças nas estratégias argumentativas. No entanto, apenas estudámos dois partidos, os quais privilegiam o pragmatismo em detrimento da ideologia (Lopes 2004) – daí ocuparem uma posição centrista no espectro político. Assim, seria importante investigar partidos que ocupem posições mais extremistas nesse espectro – e que, conseqüentemente, sejam mais dogmáticos do ponto de vista ideológico – para perceber se, nesse caso, as estratégias argumentativas apresentam traços específicos.

Em segundo lugar, queremos destacar a importância de estudar partidos que tenham outro objetivo eleitoral que não o da persuasão. Na nossa perspetiva, em

investigações futuras os objetivos eleitorais dos partidos devem ser um dos critérios de distinção entre eles.

Em terceiro lugar, uma linha futura de investigação pode ser desenvolvida com o intuito de perceber quais são os aspetos das estratégias argumentativas que estão relacionados com a pessoa do líder. Neste âmbito, devem-se empreender estudos que, por um lado, foquem somente os líderes do PSD e do PS e que, por outro, analisem atos eleitorais em que nem Passos Coelho nem Sócrates estejam a desempenhar esse cargo.

Em quarto lugar, pode desenvolver-se uma linha de investigação focalizada nos meios de comunicação de massa. Nesta, abrem-se várias possibilidades: por exemplo, estudar as diferenças entre os jornais semanais e os diários, ou entre os debates televisivos e os excertos discursivos que aparecem nos telejornais.

Em particular, a nossa dissertação sugere que a utilização dos apelos às emoções nos meios de comunicação de massa deve ser estudada de forma mais aprofundada. O tópico “Estratégias Argumentativas de Passos Coelho e de Sócrates nas Entrevistas” mostra-nos que os apelos emotivos são empregues, nas entrevistas à imprensa, de forma bastante diferente do que nos debates televisivos.

Em quinto lugar, queremos referir a possibilidade de combinar estudos semelhantes ao nosso com trabalhos sobre a profissionalização das campanhas eleitorais e sobre a organização dos partidos. Estas investigações devem procurar perceber se existe alguma relação entre o tipo de estratégia argumentativa, o grau de profissionalização das campanhas e o tipo de organização partidária.

Para terminar, devemos fazer uma ressalva. Independentemente da linha de investigação a ser seguida, seria proveitoso incluir novos indicadores. Em relação aos esquemas argumentativos, recomendamos a obra de Walton, Reed e Macagno (2008), pois ela apresenta um compêndio bastante completo sobre eles. No que aos apelos às emoções concerne, cremos que o trabalho de Ben-Ze’ev (2001) deve ser consultado. Este autor apresenta e explica várias emoções que podem ser incluídas em estudos futuros.

BIBLIOGRAFIA

- Arendt, H. (2001) *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Aristóteles (2ª ed.). (2005) *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Aristóteles (2007) *Tópicos*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Barisione, M. (2009) So, What Difference Do Leaders Make? Candidates' Images and the “Conditionality” of Leader Effects on Voting. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*. 19, 4, pp. 473-500.
- Bartels, L. M. (1993) Messages Received: The Political Impact of Media Exposure. *The American Political Science Review*. 87, 2, pp. 267-285.
- Ben-Ze'ev, A. (2001) *The Subtlety of Emotions*. s.l.: The MIT Press.
- Bigi, S. e Morasso, S. G. (2012) Keywords, Frames and the Reconstruction of Material Starting Points in Argumentation. *Journal of Pragmatics*. 44, 10, pp. 1135-1149.
- Bohman, J. (1998) The Coming of Age of Deliberative Democracy. *The Journal of Political Philosophy*. 6, 4, pp. 400-425.
- Brox, B. J. e Shaw, D. R. (2006) Political Parties, American Campaigns, and Effects on Outcomes. In: R. S. Katz e W. Crotty (orgs.). *Handbook of Party Politics*. Londres: Sage Publication, pp.146-159.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. e Stokes, D. E. (1960) *The American Voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cohen, J. (1997) Procedure and Substance in Deliberative Democracy. In: J. Bohman e W. Regh (orgs.). *Deliberative Democracy: Essays on Reason and Politics*. s.l.: The MIT Press, pp. 407-437.
- Couto, A. C. (1988) *Elementos de Estratégia*, vol. I. Lisboa: Instituto de Altos Estudos Militares.
- Dalton, R. J. (5ª ed.). (2008) *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Washington, D.C.: CQ Press.
- Damásio, A.R. (1994) *Descartes' Error*. Nova Iorque: Avon Books.
- Espírito Santo, P. (1997) *O Processo de Persuasão Política*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Espírito Santo, P. (2006) *Sociologia Política e Eleitoral*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Espírito Santo, P. (2008) *Estudos de Comunicação Política*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Espírito Santo, P. (2012) O Debate Político e a Política-Espectáculo. Análise dos Debates Televisivos das Eleições Legislativas de 2009. In: R. Figueiras (org.). *Os Media e as Eleições*. Lisboa: Universidade Católica Editora, pp. 133-161.

Fernandes, J. M. (2011) The 2011 Portuguese Election: Looking for a Way Out. *West European Politics*. 34, 6, pp. 1296-1303.

Freire, A. (2001) *Modelos de Comportamento Eleitoral: Uma Breve Introdução Crítica*. Oeiras: Celta.

Freire, A. (2009) Valores, Temas e Voto em Portugal, 2005 e 2006: Analisando Velhas Questões com Nova Evidência. In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 183-223.

Gonçalves, V. (2006) A Mediação do Poder: o Papel dos Assessores de Imprensa nos Governos Presididos por António Guterres – 1996/2002. In: M. M. Martins (org.). *Comunicação e Marketing Político – Contributos Pedagógicos*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, pp. 99-112.

Grootendorst, R. e Van Eemeren, F. H. (2004) *A Systematic Theory of Argumentation*. Nova Iorque: Cambridge University Press.

Gunther, R. (2004) As Eleições Portuguesas em Perspetiva Comparada: Partidos e Comportamento Eleitoral na Europa do Sul. In: A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, pp. 35-85.

Habermas, J. (2003) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity.

Hamblin, C. L. (1970) *Fallacies*. Newport News: Vale Press.

Hansen, H. V. e Walton, D. (2013) Argument Kinds and Argument Roles in the Ontario Provincial Election, 2011. *Journal of Argumentation in Context*. 2, 2, pp. 226-258.

- Jalali, C. (2004) As Mesmas Clivagens de Sempre? Velhas Clivagens e Novos Valores no Comportamento Eleitoral Português. In: A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, pp. 87-124.
- Jalali, C. (2007) *Partidos e Democracia em Portugal 1974-2005*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Lau, R. R. e Rovner, I. B. (2009) Negative Campaigning. *Annual Review of Political Science*. 12, pp. 285-306.
- Lazarsfeld, P. B., Berelson, B. e Gaudet, H. (1944) *The People's Choice*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Lisi, M. (2009) Between mobilization and persuasion: campaign effects in comparative perspective. In: Midwest Political Science Association, *67th Annual National Conference*. Ilinoís: 2-5 de Abril de 2009.
- Lisi, M. (2011) A Profissionalização das Campanhas em Portugal: Partidos e Candidatos nas Eleições Legislativas de 2009. *Revista de Ciências Sociais e Políticas*. 2, pp. 109-127.
- Lobo, M. C. (2005a) *Governar em Democracia*. Lisboa: ICS.
- Lobo, M. C. (2005b) The Presidentialization of Portuguese Democracy? In: T. Poguntke e P. Webb (orgs.). *The Presidentialization of Politics*. Oxford: Oxford University Press, pp. 269-288.
- Lobo, M. C. (2008) Parties and Leaders Effects: Impact of Leaders in the Vote for Different Types of Parties. *Party Politics*. 14, 3, pp. 281-298.
- Lobo, M. C. (2009a) Um Sistema Partidário Sob Pressão: As Legislativas de 2005 e As Presidenciais de 2006 em Portugal. In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 19-36.
- Lobo, M. C. (2009b) A Escolha de Um Primeiro-Ministro: Os Efeitos de Líder nas Legislativas Portuguesas de 2005. In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 225-244.

- Lobo, M. C., Magalhães, P. e Freire, A. (2004) Introdução. In: A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, pp. 25-34.
- Lopes, F. F. (2004) *Os Partidos Políticos: Modelos e Realidades na Europa Ocidental e em Portugal*. Oeiras: Celta.
- Magalhães, P. (2009) Conclusão. In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 283-293.
- Magalhães, P. (2012) After the Bailout: Responsibility, Policy, and Valence in the Portuguese Legislative Election of June 2011. *South European Society and Politics*. 17, 2, pp. 309-327.
- Magalhães, P., Freire, A. e Lobo, M. C. (2004) Conclusão. In: A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, pp. 363-369.
- Marcus, G. E. (2000) Emotions in Politics. *Annual Review of Political Science*. 3, pp. 221-250.
- Marcus, G. E. e Mackuen, M. B. (1993) Anxiety, Enthusiasm, and the Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement during Presidential Campaigns. *The American Political Science Review*. 87, 3, pp. 672-685.
- Martins, M. M. e Mendes, M. F. A. (2005) *Trinta Anos de Democracia*. Lisboa: Comissão Nacional de Eleições.
- Mazzoleni, G. (2008) Populism and the Media. In: D. Albertazzi e D. McDonnell (orgs.). *Twenty-First Century Populism*. Nova Iorque: Palgrave MacMillan, pp. 49-64.
- Mexia, P. e Costa, R. (2011) Entrevistas a José Sócrates e a Pedro Passos Coelho. *Revista Única*. 28 de Maio, pp. 24-40.
- Neuman, W. R. e Guggenheim, L. (2011) The Evolution of Media Effects Theory: A Six-Stage Model of Cumulative Research. *Communication Theory*. 21, 2, pp. 169-196.
- Norris, P. (1997) *Politics and the Press: The News Media and Their Influences*. Londres: Lynne Rienner Publishers.

- Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pasquino, G. (2001) The New Campaign Politics in Southern Europe. In: P.N. Diamandouros e R. Gunther (orgs.). *Parties, Politics, and Democracy in the New Southern Europe*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, pp. 183-223.
- Pereira, J. S. (2009) A Campanha Eleitoral de 2005 nos *Media*: Padrões e Factores de Exposição. In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.). *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 105-125.
- Poguntke, T. e Webb, P. (2005) The Presidentialization of Politics in Democratic Societies: A Framework for Analysis. In: T. Poguntke e P. Webb (orgs.). *The Presidentialization of Politics*. Oxford: Oxford University Press, pp. 1-25.
- Renon, L. V. (1998) Aristotle's Endoxa and Plausible Argumentation. *Argumentation*. 12, 1, pp. 95-113.
- Rigotti, E. (2006) Relevance of Context-bound *loci* to Topical Potential in the Argumentation Stage. *Argumentation*. 20, pp. 519-540.
- Rohrschneider, R. (2002) Mobilizing versus Chasing: How do Parties target Voters in Election Campaigns? *Electoral Studies*. 21, pp. 367-382.
- Salgado, S. (2007) *Os Veículos da Mensagem Política*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Serrano, E. (2006) Eleições Presidenciais em Portugal: As Imagens das Campanhas no Diário de Notícias. In: M. M. Martins (org.). *Comunicação e Marketing Político – Contributos Pedagógicos*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, pp. 77-98.
- Walton, D. (2006) *Fundamentals of Critical Argumentation*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Walton, D. (2007) *Media Argumentation: Dialectic, Persuasion, and Rhetoric*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Walton, D. (2ª ed.). (2008) *Informal Logic*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Walton, D., Reed, C. e Macagno F. (2008) *Argumentation Schemes*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Wolf, M. (2ª ed.). (1992) *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.

Zarefsky, D. (2004) Presidential Rhetoric and the Power of Definition. *Presidential Studies Quarterly*. 34, 4, pp. 607-619.

Zarefsky, D. (2006) Strategic Maneuvering through Persuasive Definitions: Implications for Dialectic and Rhetoric. *Argumentation*. 20, pp. 399-416.

WEBGRAFIA

Cavaleiro, D. (2011) *Participação nas eleições de 2011 é a mais baixa de todas as legislativas portuguesas* [online]. Disponível em: <http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/participaccedilatildeo_nas_eleiccedi lotildees_de_2011_eacute_a_mais_baixa_de_todas_as_legislativas_portuguesas.html> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

DGAI e ITIJ (s.d.) *Eleições Legislativas: 5 Junho 2011* [online]. Disponível em: <<http://www.legislativas2009.mj.pt/legislativas2011/>> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

DGAI e ITIJ (s.d.) *Eleições Legislativas: 27 Setembro 2009* [online]. Disponível em: <<http://www.legislativas2009.mj.pt/legislativas2009/>> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

EsquerdaNet (2011) *Louçã vs. Sócrates: debate legislativas 2011* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=lSx4RkUbwawk>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

KLAUDINHS (2011) *Frente a Frente Paulo Portas e Pedro Passos Coelho Sic_13-05-2011* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=T-9PvO2a8hk>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

Magalhães, Pedro (2011) *Margens de Erro* [blog]. Disponível em: <<http://margensdeerro.blogspot.pt/>> [Acedido em 4 de Abril de 2013].

Online24 (2012) *Eleições Antecipadas em Portugal* [online]. Disponível em: <<http://www.online24.pt/eleicoes-antecipadas-em-portugal/>> [Acedido em 27 de Dezembro de 2012].

Partido Socialista (2011) *José Sócrates* [online]. Disponível em: <<http://www.ps.pt/secretarios-gerais/secretarios-gerais/jose-socrates.html>> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

Partido Social Democrata (s.d.) *Líder* [online]. Disponível em: <<http://www.psd.pt/?idc=25>> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

Partidosocialista (2012) *Debate – Jerónimo de Sousa e José Sócrates 16-05-2011* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=B2Gglu3Lsqk>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

Pedropassoscoelho (2011) *Debate Pedro Passos Coelho José Sócrates* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=EjGW68YV3yI&feature=related>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

Pedropassoscoelho (2011) *Debate Pedro Passos Coelho Francisco Louçã* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=H5kLG4GhuwQ>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

Pedropassoscoelho (2011) *Debate Pedro Passos Coelho/Jerónimo de Sousa* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Yus45WbfUaI>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

PTC (2011) *Eleições Legislativas 2011* [online]. Disponível em: <<http://legislativas.sapo.pt/2011/>> [Acedido em 20 de Dezembro de 2012].

Tvimagazine (2011) *TVI – Debates legislativas 2011 – José Sócrates e Paulo Portas (09/05/2011)* [online]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=SCko1JhBiO8>> [Acedido em 14 de Setembro de 2012].

LISTA DE QUADROS

Capítulo III

Quadro 3.1. Concentração de Votos em PSD e PS	27
Quadro 3.2. Sondagens efetuadas pelo Intercampus	31
Quadro 3.3. Sondagens efetuadas pelo Eurosondagem	32

Capítulo V

Quadros 5.1.1-4. Argumentos de Passos Coelho no debate com José Sócrates.....	63
Quadros 5.2.1-4. Argumentos de José Sócrates no debate com Passos Coelho.....	76
Quadros 5.3.1-4. Argumentos de Passos Coelho no debate com Jerónimo de Sousa.....	88
Quadros 5.4.1-4. Argumentos de Passos Coelho no debate com Paulo Portas	89
Quadros 5.5.1-4. Argumentos de Passos Coelho no debate com Francisco Louçã	90
Quadros 5.6.1-4. Argumentos de José Sócrates no debate com Paulo Portas	91
Quadros 5.7.1-4. Argumentos de José Sócrates no debate com Francisco Louçã	92
Quadros 5.8.1-4. Argumentos de José Sócrates no debate com Jerónimo de Sousa.....	93
Quadros 5.9.1-4. Argumentos de Passos Coelho na entrevista	94
Quadros 5.10.1-4. Argumentos de José Sócrates na entrevista	95

Capítulo VI

Quadros 6.1.1-4. Argumentação de Passos Coelho.....	99
Quadros 6.2.1-4. Argumentação de José Sócrates.....	100
Quadros 6.3.1-4. Argumentação de Passos Coelho nos debates	101
Quadros 6.4.1-4. Argumentação de José Sócrates nos debates	102